



Universidade de Aveiro
2021

VÍTOR ANDRÉ LEITÃO DE SÁ **Guias de turismo: perspetivas sobre Portugal entre os séculos XIX e XX**



Universidade de Aveiro

2020

VÍTOR ANDRÉ LEITÃO DE SÁ **Guias de turismo: perspetivas sobre Portugal entre os séculos XIX e XX**

Tese apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Doutor em Turismo, realizada sob a orientação científica do Doutor Rui Costa, Professor Auxiliar do Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo da Universidade de Aveiro e coorientação do Doutor António Nuno Rosmaninho, Professor Associado com Agregação do Departamento de Línguas e Culturas da Universidade de Aveiro.

À minha família.

o júri

presidente

Prof. Doutor José Luis Guimarães Oliveira,
Professor Catedrático, Universidade de Aveiro

Prof. Doutor Eduardo Manuel Machado de Moraes Sarmento Ferreira
Professor Catedrático com Agregação, Universidade Lusófona de Humanidades e
Tecnologias

Doutora Ana Maria Alves Pedro Ferreira
Professora Associada Aposentada, Universidade de Évora

Doutor Luís Manuel Mota dos Santos Figueira
Professor Coordenador, Instituto Politécnico de Tomar

Doutor Rui Augusto da Costa
Professor Auxiliar, Universidade de Aveiro (orientador)

Doutora Ana Filipa Fernandes Aguiar Brandão
Professora Auxiliar Convidada, Universidade de Aveiro

agradecimentos

Agradeço aos meus orientadores, Professor Doutor Rui Costa pela disponibilidade, profissionalismo, paciência e encorajamento ao longo de todo o percurso e ao Professor Doutor Nuno Rosmaninho por ser uma fonte de inspiração inesgotável. Obrigado!

Aos amigos e companheiros Professor Doutor Manuel Tojal, Professor Doutor Gonçalo M. Marques pelo encorajamento e amizade. Ao Dr. José M. Marques pela amizade e companheirismo de inúmeras viagens e aulas do Programa Doutoral.

A todos os colegas do Programa Doutoral e respetivos Professores.

Um agradecimento a todas as bibliotecas e arquivos que, com paciência, me disponibilizaram algumas das obras em estudo.

A todos os investigadores que partilharam pessoalmente conhecimentos e que permitiram enriquecer a investigação.

Por fim e não menos importante, ao Professor Doutor Carlos Costa por proporcionar este extraordinário Programa Doutoral e à Professora Doutora Filipa Brandão por se lembrar de mim neste percurso!

palavras-chave

turismo, guias de turismo, Portugal, séc. XIX, séc. XX, portugueses, desenvolvimento civilizacional, relação com o divino, paisagem portuguesa

resumo

Os guias de viagem da era moderna têm origem no século XIX pela mão de Baedeker e Murray, fornecendo assim apoio a uma indústria florescente – a indústria do turismo.

A presente investigação procurou, com base nos guias de Portugal de autoria/edição nacional ou estrangeira dos séculos XIX e XX, conhecer quatro fatores fundamentais na imagem do país como destino: o desenvolvimento civilizacional, a relação com o divino, os portugueses e a paisagem.

Através de uma análise de conteúdo às componentes textual e visual dos guias, procurou-se compor a imagem do destino Portugal de acordo com autores portugueses e estrangeiros, confrontando assim as diferentes perspetivas sobre o destino e a evolução ao longo do período em análise. O recurso a dois tipos de fontes, imagens e texto, permitiu também confrontar o discurso visual e textual das referidas obras.

A investigação revela uma grande evolução de Portugal como destino. Se no século XIX Portugal era um país distante, subdesenvolvido e desconhecido, no século XX irá, de forma progressiva, apresentar sinais de convergência com os países mais desenvolvidos. Esta convergência irá refletir-se no discurso cada vez mais positivo, suplantando-se assim, ao discurso tendencialmente negativo vindo do século XIX.

keywords

Tourism, guidebooks, Portugal, 20th century, 19th century, portuguese people, civilizational development, relation with the divine, portuguese landscape

abstract

Modern era travel guides originated in the 19th century by Baedeker and Murray, thus providing support to a flourishing industry - the tourism industry.

The present research sought, based on the guides of Portugal of national or foreign authorship/edition of the 19th and 20th centuries, to know four fundamental factors in the image of the country as a destination: civilizational development, the relationship with the divine, the Portuguese and the landscape. Through a content analysis of the textual and visual components of the guides, an attempt was made to compose the image of the destination Portugal according to Portuguese and foreign authors, thus confronting the different perspectives on the destination and the evolution throughout the period under analysis. The use of two types of sources, images and text, also made it possible to confront the visual and textual discourse of these works.

The research reveals a major evolution of Portugal as a destination. If in the 19th century Portugal was a distant, underdeveloped and unknown country, in the 20th century it will gradually show signs of convergence with the more developed countries. This convergence will be reflected in the increasingly positive discourse, thus supplanting the trend towards negative discourse from the 19th century.

Índice

ÍNDICE.....	I
ÍNDICE DE TABELAS.....	V
ÍNDICE DE GRÁFICOS	VII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	IX
LISTA DE ABREVIATURAS	XI
I. INTRODUÇÃO	1
1. NOTA INTRODUTÓRIA	1
1.1. <i>Justificação da temática da tese</i>	1
1.2. <i>Objetivos, questões de investigação e contributos esperados</i>	3
1.2.1. Questão de investigação	3
1.2.2. Objetivo geral	5
1.2.3. Objetivos específicos.....	7
1.3. <i>Nota metodológica inicial</i>	8
1.4. <i>Relevância</i>	9
1.5. <i>Estrutura da tese</i>	10
II. ENQUADRAMENTO TEÓRICO	13
INTRODUÇÃO	13
2. ESTUDO DOS GUIAS	13
2.1. <i>Contextualização teórica</i>	13
2.2. <i>Perspetivas sobre o estudo dos guias</i>	19
2.3. <i>Evolução e importância da análise de imagens em turismo</i>	20
3. DO NASCIMENTO DA IMPRESSÃO À ERA DA COMUNICAÇÃO DE MASSA	21
3.1. <i>Os guias de viagem, guias de turismo ou, simplesmente, guidebooks</i>	22
3.1.1. O conceito de <i>guidebook</i>	22
3.1.2. Literatura de viagens e relatos de viagens: Origem, diferenças e semelhanças	28
3.2. <i>A génese do guia</i>	32
3.2.1. Dos proto-guias aos guias da época moderna	32
3.2.2. Do nascimento dos guias modernos à atualidade.....	35
3.2.3. O caso português	43
4. O TURISTA E O TURISMO NOS SÉCULOS XIX E XX	48
4.1. <i>O turismo oitocentista</i>	48
4.2. <i>O turismo novecentista</i>	51
4.3. <i>Breve resenha sobre o turismo em Portugal nos séculos XIX e XX</i>	54
5. O DISCURSO DOS GUIAS: A PRESENÇA DO ESTEREÓTIPO, DO MITO E DO GOSTO DE ÉPOCA.....	62
5.1. <i>O(s) estereótipo(s)</i>	63
5.1.1. Definição de “estereótipo”.....	63

5.1.2. Os guias e os estereótipos.....	64
5.1.3. A visão estereotipada presente nas ilustrações	66
5.2. <i>O mito</i>	68
5.2.1. Definição de mito	68
5.2.2. O mito nos guias, segundo Roland Barthes	69
5.2.3. A perpetuação do mito pelo guia	70
5.3. <i>Os guias como “barómetro” do gosto da época e “agentes de cegueira”</i>	71
6. AUTORES E EDITORES DOS GUIAS DE PORTUGAL	74
6.1. <i>Os autores</i>	74
6.1.1. Autores Portugueses	75
6.1.2. Autores Estrangeiros	77
6.2. <i>O efeito da cultura de origem sobre a perceção do autor-visitante</i>	79
6.3. <i>As editoras</i>	82
CONCLUSÃO.....	84
III. FUNDAMENTAÇÃO E METODOLOGIA.....	87
INTRODUÇÃO	87
7. FUNDAMENTAÇÃO DO TEMA ESCOLHIDO E OBJETIVOS	87
7.1. <i>Tema</i>	87
7.2. <i>Objetivos</i>	89
7.3. <i>Pesquisa e seleção dos guias</i>	91
7.4. <i>Tratamento da informação</i>	95
7.4.1. Análise aos elementos textuais	95
7.4.2. Análise de imagens.....	99
CONCLUSÃO.....	110
IV. ESTUDO EMPÍRICO	111
INTRODUÇÃO	111
8. PORTUGAL NOS GUIAS DO SÉCULO XIX.....	111
8.1. <i>A imagem de Portugal de acordo com os autores estrangeiros</i>	113
8.1.1. A paisagem portuguesa.....	115
8.1.2. Os portugueses	123
8.1.3. O desenvolvimento civilizacional.....	127
8.1.4. As crenças e a relação com o divino.....	136
8.2. <i>A imagem de Portugal de acordo com os autores portugueses</i>	138
8.2.1. A paisagem portuguesa.....	141
8.2.2. Os portugueses	143
8.2.3. O desenvolvimento civilizacional.....	143
8.2.4. As crenças e a relação com o divino.....	147
9. PORTUGAL NOS GUIAS DO SÉCULO XX	148
9.1. <i>Portugal de acordo com os autores estrangeiros</i>	152

9.1.1. A paisagem portuguesa.....	154
9.1.2. Os portugueses	161
9.1.3. O desenvolvimento civilizacional.....	180
9.1.4. As crenças e a relação com o divino.....	202
9.2. <i>Portugal de acordo com os autores portugueses</i>	205
9.2.1. A paisagem portuguesa.....	209
9.2.2. Os portugueses	214
9.2.3. O desenvolvimento civilizacional.....	220
9.2.4. As crenças e relação com o divino.....	223
10. ANÁLISE DE DADOS VISUAIS	225
10.1. <i>Levantamento das imagens</i>	225
10.2. <i>Divisão em categorias e codificação das imagens</i>	225
10.3. <i>Análise de resultados</i>	228
10.3.1. Século XIX.....	229
10.3.2. Século XX	231
10.4. <i>Percurso evolutivo da imagem presente nos guias</i>	234
10.5. <i>Textos vs. imagens</i>	238
CONCLUSÃO.....	254
V. SÍNTESE E CONCLUSÃO	259
11. PRINCIPAIS CONCLUSÕES DA INVESTIGAÇÃO	259
11.1. <i>Limitações do estudo e recomendações para futuras investigações</i>	263
11.2. <i>Contributos</i>	265
11.3. <i>Propostas para futuras investigações</i>	267
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	269
APÊNDICE	307

Índice de tabelas

Tabela 1 Obras publicadas sobre guias de turismo.....	16
Tabela 2 Número de artigos Scopus sobre guias na última década	17
Tabela 3 Número de artigos SCOPUS por publicação	18
Tabela 4 Sete lacunas na investigação sobre guias.....	19
Tabela 5 Obras que antecederam os guias modernos	31
Tabela 6 Características do turismo do século XIX	50
Tabela 7 Características do turismo do século XX.....	52
Tabela 8 Editoras nacionais dos guias de Portugal.....	82
Tabela 9 Editoras estrangeiras dos guias sobre Portugal.....	83
Tabela 10 Guias analisados	92
Tabela 11 Critérios do paradigma construtivista	97
Tabela 12 Principais componentes de uma fotografia.....	100
Tabela 13 Três tipos de interpretação visual segundo Panofsky	105
Tabela 14 Lista de guias do século XIX analisados	112
Tabela 15 A paisagem portuguesa de acordo com os autores estrangeiros	122
Tabela 16 Características dos portugueses segundo os autores estrangeiros.....	127
Tabela 17 O (sub)desenvolvimento português de acordo com os autores estrangeiros.....	134
Tabela 18 A relação com o divino de acordo com os autores estrangeiros	137
Tabela 19 A paisagem de acordo com os autores portugueses	142
Tabela 20 Os portugueses de acordo com os autores nacionais	143
Tabela 21 O desenvolvimento civilizacional de acordo com os autores portugueses	146
Tabela 22 As crenças de acordo com os autores portugueses	147
Tabela 23 Lista de guias do século XX analisados.....	151
Tabela 24 A paisagem portuguesa de acordo com os autores estrangeiros no séc. XX.....	159
Tabela 25 Os portugueses de acordo com os autores estrangeiros	176
Tabela 26 O desenvolvimento do país de acordo com autores estrangeiros.....	181
Tabela 27 O desenvolvimento civilizacional de acordo com os autores estrangeiros	197
Tabela 28 Resumo da relação dos portugueses com o divino	202
Tabela 29 As crenças do povo português de acordo com os autores estrangeiros.....	204
Tabela 30 A paisagem de acordo com os autores portugueses	213
Tabela 31 A diversidade do traje português	216
Tabela 32 Os portugueses de acordo com os autores nacionais	218
Tabela 33 O desenvolvimento civilizacional de acordo com os autores portugueses	222
Tabela 34 As crenças do povo português de acordo com os autores nacionais.....	223
Tabela 35 Código utilizados para contextos.....	226
Tabela 36 Referências a espaços de atração turística	231

Tabela 37 Síntese da imagem de Portugal nos guias do século XIX.....	235
Tabela 38 Síntese da imagem de Portugal nos guias do século XX	236
Tabela 39 Número de fotos por região/cidade nos guias do século XIX.....	240
Tabela 40 Distribuição geográfica das ilustrações de igrejas	241
Tabela 41 Localidades com mais imagens nos guias	246
Tabela 42 Comparação entre diferentes edições dos guias Let's Go	256

Índice de gráficos

Gráfico 1 Número de estrangeiros entrados pelas fronteiras	58
Gráfico 2 Número de hóspedes entre 1965 e 2000	59
Gráfico 3 Distribuição por origem dos guias consultados (séc. XIX e XX).....	98
Gráfico 4 Distribuição dos guias consultados por década (século XIX e XX).....	99
Gráfico 5 Número de guias (séc.XIX) consultado segundo a origem e a década.....	111
Gráfico 6 Número de guias (séc. XX) consultados segundo a origem e a década.....	148
Gráfico 7 Contextos representados pelas ilustrações dos guias do séc. XIX.....	229
Gráfico 8 Elementos presentes na categoria "Arquitetura e património" (séc. XIX)	229
Gráfico 9 Tipo de paisagens presentes nas ilustrações (séc. XIX)	230
Gráfico 10 As 19 localidades com mais fotos em estudo.	230
Gráfico 11 Contextos representados pelas ilustrações dos guias do séc. XX	231
Gráfico 12 Animais presentes nas ilustrações do século XX	231
Gráfico 13 Elementos presentes nos guias do séc. XX relacionados com tradições e cultura.....	232
Gráfico 14 Elementos de arquitetura e património presentes nas ilustrações dos guias do séc. XX	232
Gráfico 15 Produtos alimentares presentes nas ilustrações	233
Gráfico 16 Géneros predominantes nas fotos (CPM – Contexto predominantemente masculino / CPF – Contexto predominantemente feminino)	233
Gráfico 17 Elementos da sociedade presentes nas ilustrações dos guias do séc. XX.....	233

Índice de Figuras

Figura 1 Relação entre os capítulos da tese e o objetivo central/teórico	4
Figura 2 Mapa conceptual	5
Figura 3 Objetivos específicos/empíricos de investigação e respetiva integração na estrutura da obra e época em análise.....	8
Figura 4 Momentos de uso dos guias com base em Leiper	27
Figura 5 Coleções Guias Joanne em 1912.....	45
Figura 6 Fases de desenvolvimento do Turismo	50
Figura 7 Fases de desenvolvimento do turismo português	56
Figura 8 "O típico carro de bois" e os "pescadores da Nazaré"	66
Figura 9 Agricultor algarvio.....	67
Figura 10 Profissões dos autores dos guias	74
Figura 11 Modelo proposto para a compreensão do processo de transmissão de estereótipos autor-leitor.....	80
Figura 12 Elementos em análise.....	95
Figura 13 Desenvolvimento de uma investigação qualitativa	97
Figura 14 Papéis que o elemento visual pode assumir num processo de pesquisa qualitativa	101
Figura 15 Sequência lógica seguida na recolha e tratamento das imagens.....	107
Figura 16 Relação entre códigos e as categorias	108
Figura 17 Procedimento de análise.....	108
Figura 18 Exemplo da identificação dos elementos presentes nas imagens	109
Figura 19 Apreciações às diferentes regiões do país no século XIX	121
Figura 20 Notícia da chegada do guia de J. Gama publicada no jornal brasileiro "A Vanguarda" de 4 de março de 1886 (dir.) e no "Campeão Lusitano" (Esq.)	138
Figura 21 Anúncio ao "Guia Luso-Brazileiro do Viajante na Europa" no Jornal de Pernambuco em 1863 .	139
Figura 22 Ilustração de Aveiro	155
Figura 23 Avaliação da paisagem por região	157
Figura 24 Ilustração do quotidiano do trabalho em Portugal.....	166
Figura 25 Códigos atribuídos às imagens (I).....	226
Figura 26 Códigos atribuídos às imagens (II).....	227
Figura 27 Ilustração presente na obra "Travel in Portugal" de 1875	239
Figura 29 Imagem de uma corrida de touros	242
Figura 29 Cavaleiro	242
Figura 30 Vindimas	243
Figura 31 Gastronomia: Produtos do mar.....	243
Figura 32 Gastronomia e vinhos.....	243
Figura 33 Presença do vinho	243
Figura 34 Espigueiros e atividades rurais.....	244
Figura 35 Atividade agrícola	244

Figura 36 Capa de guia com imagem de artesanato	245
Figura 37 Imagem de olaria artesanal.....	245
Figura 39 Gastronomia portuguesa.....	247
Figura 39 Quotidiano acompanhado por vinho;	247
Figura 41 Quotidiano rural	248
Figura 41 Quotidiano costeiro	248
Figura 42 Quotidiano rural no Minho.....	248
Figura 43 Quotidiano rural	248
Figura 44 Quotidiano rural	250
Figura 45 Uso animal no mundo rural.....	250
Figura 46 Recurso ao burro na Beira Alta	250
Figura 47 Uso do animal no quotidiano rural	250
Figura 49 Estádio de futebol.....	251
Figura 49 Jogador de futebol.....	251
Figura 50 Quotidiano dos idosos	252
Figura 51 Santuário de Fátima	252
Figura 52 Panorâmica Ponte de Lima.....	252

Lista de abreviaturas

AF – Armed Forces

AFIS – American Forces Information Service

CEE – Comunidade Económica Europeia

CNT – Conselho Nacional de Turismo

EUA – Estado Unidos da América

FNAT – Fundação Nacional para a Alegria no Trabalho

DGT - Direcção-Geral de Turismo

DMO - *Destination management organizations*

OIT - Organização Internacional de Trabalho

ONU – Organização das Nações Unidas

RDA – República Democrática Alemã

SAP - Serviços Aéreos Portugueses

SNI - Secretariado Nacional de Informação, Cultura Popular e Turismo

SPN – Sociedade de Propaganda Nacional

SPP - Sociedade de Propaganda de Portugal

QDA - *Qualitative Data Analysis*

TAP - Transportes Aéreos Portugueses

UE – União Europeia

WTO - *World Tourism Organization*

I. Introdução

1. Nota introdutória

1.1. Justificação da temática da tese

People are not born to be tourist. They must learn. (Zuelow, 2016, p. 123)

As estórias das viagens e do turismo foram sendo transmitidas e gravadas em quase todas as culturas e períodos, de forma oral e escrita (Tivers & Rakić, 2012). A importância crescente que a informação turística foi assumindo com o passar do tempo tornando-a num área “altamente dependente” (McCabe, 2009, p. 2) das ferramentas de marketing, associadas ao surgimento de novos meios de comunicação, conduz à necessidade de explorar as raízes da mesma. Este conhecimento pode servir como auxiliar para conhecer as determinantes e as consequências das representações nela contidas para a imagem do destino (Mano & Costa, 2015). Neste contexto, os guias de turismo apresentam-se como uma das formas seminais da informação turística moderna, espelhando o modo como os destinos foram evoluindo ao longo do tempo, a forma como estes eram apresentados aos turistas, mas igualmente a evolução da indústria do turismo. Precisamente por essa razão, dentro dos canais de comunicação impessoais (massa) (Schiffman & Kanuk, 1991) e enquadrando-se em duas das cinco fontes de informação para turistas (*media* e literatura sobre destinos) (Gitelson & Crompton, 1983), os guias são reconhecidos como uma valiosa fonte secundária para a investigação, uma vez que fornecem uma visão sobre os valores e desejos das entidades promotoras (Jokela & Raento, 2012; Valerón & Reguera, 2018).

Este campo da literatura turística apresenta-se assim com uma importância fundamental para a compreensão da história dos destinos, dos fluxos turísticos e do próprio turista, contribuindo de forma basilar para o estudo da história do turismo (Bastos & Nova, 2012), ainda que esta seja de uma “assustadora vastidão” (Fabian, 2001, p. 3) e riqueza como fonte (Antonescu & Stock, 2014). Todavia, e tal como admite Devanthéry (2011), a relação do mundo académico com os guias de turismo tem sido ambígua.

Ao longo dos séculos XIX e XX, os guias foram assumindo diferentes formatos e grafismos, fruto da evolução das prioridades do turista e dos destinos, mas também do desenvolvimento da indústria gráfica. Todavia, os pergaminhos dos primeiros guias

modernos - Baedeker e Murray - mantêm-se presentes. Este facto releva também a importância deste campo de estudo, ao demonstrar que, apesar da evolução do turismo, os guias seguiram, com alterações pontuais e dissolvidas no tempo, a lógica narrativa iniciada no século XIX, sendo “frequentemente a fonte principal de informação para o visitante” (Beck, 2006, p. 522), ainda que alguns guias possam não ser tão precisos quanto desejável na informação que fornecem (Bruner, 2005).

Segundo Antonescu & Stock (2014), a validade dos guias como fonte para uma investigação científica passa por três características:

- Os guias focam-se no elemento fulcral da investigação, o destino;
- A estandardização dos guias permite comparar obras de períodos e editoras diferentes, já que a organização é semelhante;
- Periodicamente os guias das mesmas editoras são reeditados, permitindo a comparação entre diferentes edições.

O recurso aos guias permite ao investigador encontrar uma fonte de investigação rica e multidisciplinar, podendo ser abordados de diferentes perspetivas e com diferentes finalidades. O guia permite conhecer a indústria do turismo na época em que o mesmo se insere, o turista e as respetivas práticas. De forma acessória, permite ainda conhecer as opções editoriais em relação à literatura de turismo e os autores que, de forma assumida ou anónima, redigem os guias. Por estes motivos, torna-se também importante analisar as fotografias presentes nos guias, não só pela imagem que procuram transmitir, mas também pela relevância que estas têm no momento da decisão por parte dos turistas, tal como já fora demonstrado por Molina & Esteban (2006). As imagens revelam também as prioridades editoriais, possibilitando conhecer os locais com mais destaque e estudar a relação entre as narrativas textual e imagética, confrontando-as.

De forma sumária, os guias são uma fonte rica de informação para a construção da história do turismo e dos destinos, permitindo traçar o percurso evolutivo das próprias obras, dos destinos, das atrações e do turista, sendo assim uma fonte de interesse para investigadores focados no turismo, historiadores, geógrafos, sociólogos, etnólogos e linguistas pela riqueza do seu conteúdo (Devilla, 2013). Além dos fatores já mencionados, os guias são também um importante elemento de estudo do turismo pelo papel desempenhado na perceção que o turista tem do destino e na formação da imagem do mesmo, enquadrando-se naquilo que Baloglu & McCleary (1999) apelidam de “fatores de estímulo”.

Em suma, a importância e a pertinência desta investigação estão presentes nas palavras de Bonin (2001, p. 111) ao reconhecer que, até recentemente, a investigação sobre os guias estava “concentrada na relação com um grupo social ou prática, ao invés do território, as suas transformações físicas e outras representações” como os habitantes. É igualmente reconhecido como recente o interesse dos historiadores, geógrafos, sociólogos e etnólogos por este tipo de obras (Devanthery & Ariane, 2011). Nesse sentido, os guias são hoje reconhecidos como texto de “especial relevância” (Devilla, 2013, p. 57) para compreender o fenómeno turístico, fornecendo um ponto de vista privilegiado sobre as “dinâmicas da representação intercultural” (Cappelli, 2007, p. 255) e sobre a dialética interna entre os diferentes territórios (Domingues, 2017).

1.2. Objetivos, questões de investigação e contributos esperados

1.2.1. Questão de investigação

Segundo Lapan, Quartaroli & Riemer (2011), normalmente os investigadores definem as questões de investigação de acordo com o paradigma com o qual se sentem mais confortáveis. As questões de investigação derivam também do propósito da mesma, mediado pelo enquadramento conceptual, clarificando o que será necessário encontrar e compreender de forma a atingir os objetivos (Bazeley, 2013; Maxwell, 2013). Desta forma, as questões de investigação irão derivar daquilo que se pretende investigar, devendo influenciar e responder a todas as partes do estudo, explicando especialmente o que a investigação pretende obter. Nesta perspetiva, Maxwell (2013) considera que as questões de investigação são, muitas vezes, o ponto de partida para o planeamento da investigação, embora admita que, numa investigação qualitativa, nem sempre essa lógica seja seguida. Todavia, isto não significa, de acordo com o mesmo autor, que uma investigação qualitativa deva partir sem qualquer questão. Fundamentalmente, as questões de investigação servem duas funções vitais: ajudar a um foco na investigação e oferecer orientação durante a mesma (Maxwell, 2013). Se, por um lado, a questão de investigação for muito difusa, ela pode criar dificuldades na condução da mesma, ao passo que se a questão for demasiado focada, poderá deixar de fora componentes importantes para a investigação. Pode ainda surgir o problema relacionado com o uso de premissas erradas (Maxwell, 2013).

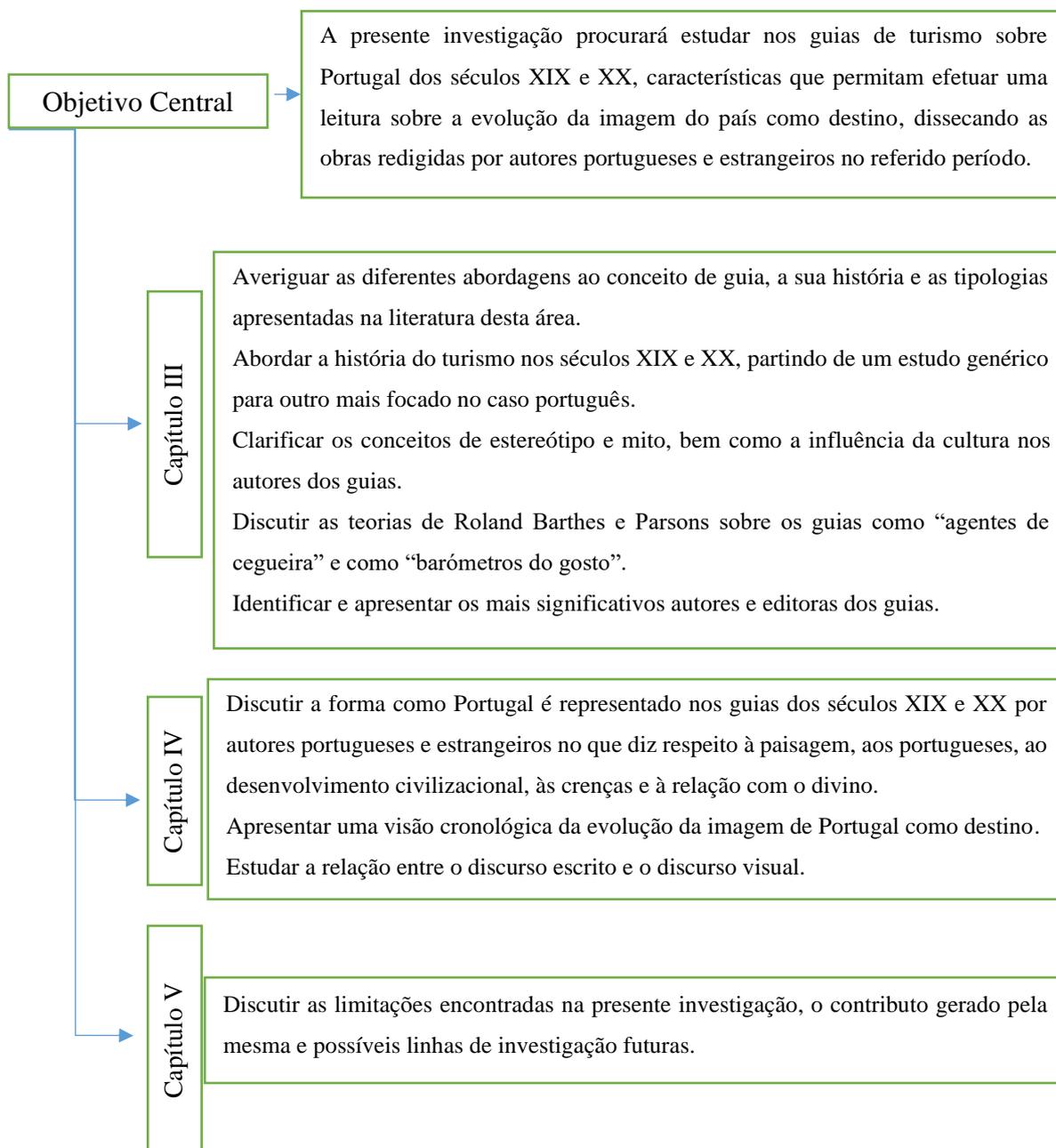
Ainda assim, Rubin & Babbie (2009) defendem que a questão de investigação deverá ser restrita e específica.

Desta forma, opta-se pelo recurso a uma questão abrangente e focada nos dois itens principais da investigação — **Portugal e os guias** — não procurando assumir qualquer tipo de premissa que possa estar errada.

Principal questão de investigação

Qual a imagem de Portugal como destino turístico ao longo dos séculos XIX e XX?

Figura 1 Relação entre os capítulos da tese e o objetivo central/teórico



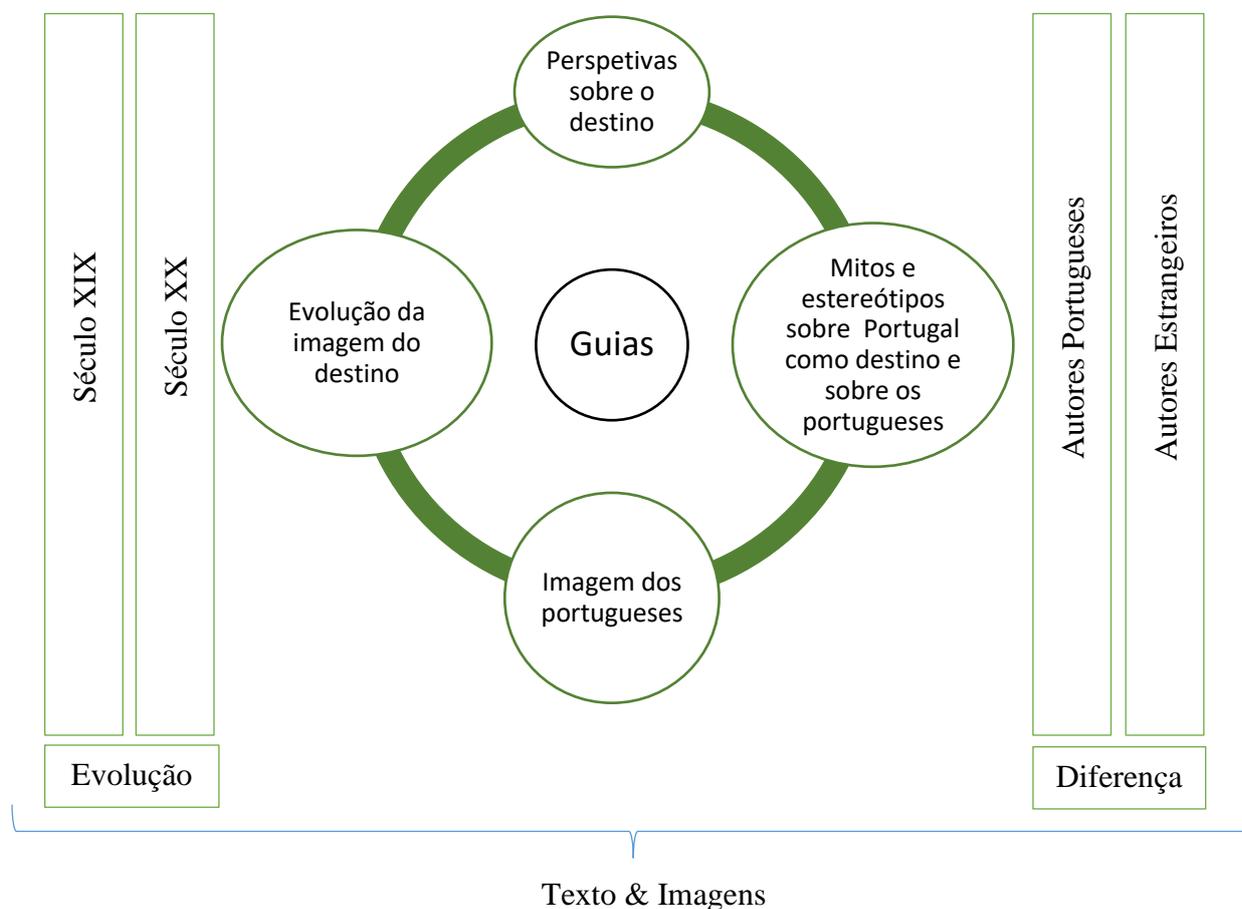
1.2.2. Objetivo geral

De acordo com Maxwell (2013), a definição dos objetivos da investigação responde a duas funções principais. Se por um lado ajuda o investigador a projetar a sua investigação, por outro ajuda-o na justificação da mesma, explicando por que razão os resultados e as conclusões interessam. Estes objetivos podem ser de cariz pessoal, prático ou intelectual.

A presente investigação tem como objetivo geral **estudar os guias de turismo** sobre o Portugal dos **séculos XIX e XX**, socorrendo-se das características que permitem efetuar uma leitura sobre a evolução da imagem do país como destino, recorrendo a um meio reconhecido por Tourlier (2000, p. 1) como “produtores de imagem”. Desta forma, tenciona-se dissecar os guias redigidos por autores portugueses e estrangeiros no referido período temporal.

Esta investigação pretende igualmente contribuir para o aprofundamento do conhecimento sobre o destino Portugal, a forma como foi encarado pelos editores e autores,

Figura 2 Mapa conceptual



nacionais e estrangeiros, ao longo destes dois séculos e, desta forma, descortinar qual a imagem que chegava até aos (potenciais) turistas, recorrendo a uma fonte cuja “polivalência do seu valor documental [...] oferece uma série de informações, comentários e aspetos que correspondem a uma visão específica” (Durand, 2005, p. 49) do local percorrido. Procurará também contribuir para um melhor conhecimento sobre os guias de turismo e sobre a evolução sofrida por este tipo de obras no período em análise. Como complemento à análise, ter-se-á como objetivo o cruzamento da narrativa dos guias com o perfil dos turistas no respetivo período.

A investigação irá dividir-se em quatro vetores essenciais:

- A paisagem portuguesa;
- Os portugueses no seu aspeto físico, carácter e sensibilidade.;
- O desenvolvimento civilizacional;
- As crenças e a relação com o divino.

Estes quatro vetores permitirão delimitar o objeto em análise e, em simultâneo, **obter um retrato de Portugal e dos portugueses** de acordo com os guias do hiato temporal em análise. No caso da **paisagem**, esta permitirá **perceber não só como evoluiu** a perceção da paisagem portuguesa, mas principalmente os **tipos de paisagem** que, ao longo dos dois séculos, foram sendo **motivo de atração para os turistas**. Analisar as descrições do **povo português** surge como uma oportunidade para **entender melhor como os estrangeiros viam e interpretavam um povo e como esse povo se retratava** nesse mesmo tipo de literatura, permitindo também traçar um percurso evolutivo da sua imagem nos guias, seja ela com base no aspeto físico, na personalidade e carácter como sociedade, ou ainda, a sociabilidade deste. Por outro lado, analisar o **desenvolvimento civilizacional** através dos guias possibilitará um **termo de comparação do desenvolvimento do país e do destino Portugal** em relação à restante Europa pela perspetiva dos autores estrangeiros, mas também na ótica dos autores nacionais. Por fim, investigar nos guias informações sobre as **crenças e a relação com o divino** do povo português irá **fornecer uma visão alargada sobre a fé (ou ausência dela) dos habitantes do país**, as manifestações religiosas, a interpretação dos autores sobre as mesmas e a evolução registada e plasmada nos guias ao longo dos dois séculos.

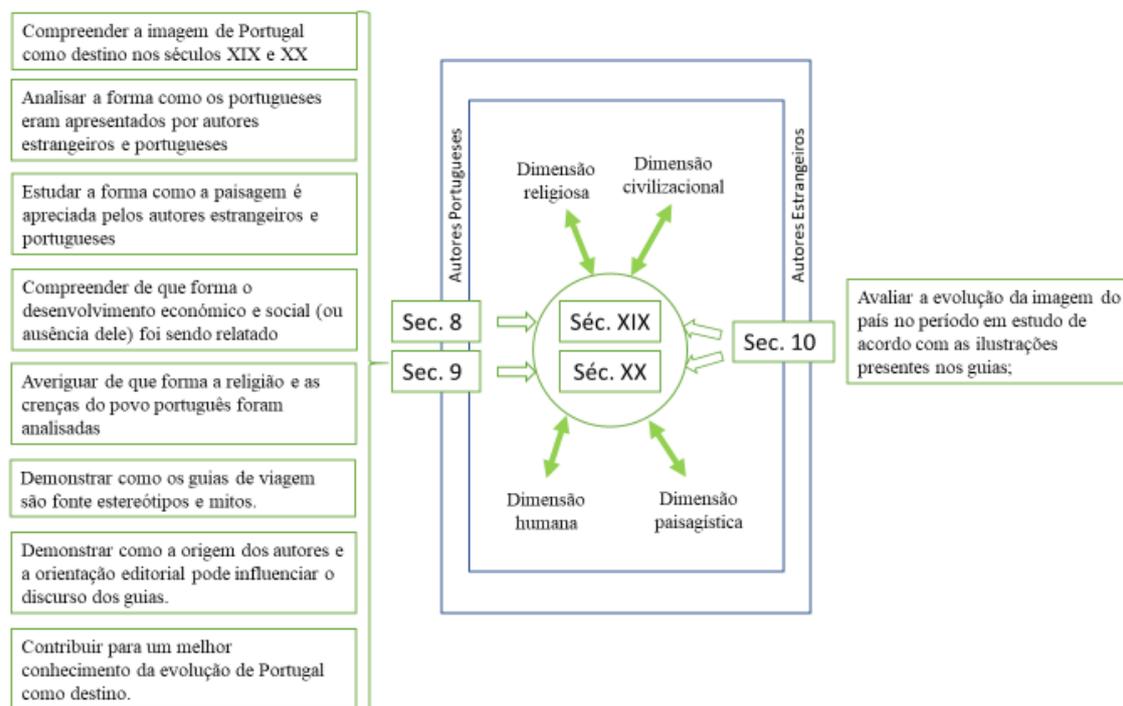
1.2.3. Objetivos específicos

Decorrentes da definição do objetivo geral, os objetivos específicos desta investigação procurarão detalhar os caminhos a seguir pela mesma. Assim, a presente investigação terá como objetivos específicos:

- a) **Compreender a imagem de Portugal** como destino nos séculos XIX e XX, estudando a evolução da imagem do país no período em análise de acordo com a informação textual e as ilustrações presentes nos guias;
- b) **Analisar a forma como os portugueses eram apresentados** por autores estrangeiros e portugueses no período em análise, a sua evolução e as suas peculiaridades;
- c) **Estudar a forma como a paisagem é apreciada** pelos autores estrangeiros e portugueses no período em análise, percebendo as mutações operadas na valorização da paisagem nos séculos XIX e XX ;
- d) **Compreender de que forma o desenvolvimento económico e social** (ou ausência dele) **foi sendo relatado** pelos guias de turismo e quais os momentos de viragem;
- e) **Averiguar de que forma a religião e as crenças do povo português foram analisadas** pelos autores dos guias. Em simultâneo, interessará perceber a evolução das mesmas e a forma como transparecem nos guias.
- f) Demonstrar como os **guias de viagem são fonte estereótipos e mitos**.
- g) Demonstrar como a **origem dos autores e a orientação editorial pode influenciar o discurso dos guias**.
- h) Contribuir para um **melhor conhecimento da evolução de Portugal como destino**.

Como é observável na figura 3, os objetivos específicos das secções 8 e 9 são comuns, uma vez que ambos respondem aos mesmos objetivos, diferenciando-se apenas no que diz respeito à época em análise. De forma mais abrangente, a secção 10 apresenta como objetivo específico a análise das imagens presentes nos guias do período em análise, propondo-se à sua leitura e interpretação no contexto temporal em que foram publicadas.

Figura 3 Objetivos específicos/empíricos de investigação e respetiva integração na estrutura da obra e época em análise



1.3. Nota metodológica inicial

Sem procurar entrar nos detalhes metodológicos presentes no capítulo IV, pretende-se apresentar de forma sumária os princípios fundamentais seguidos na presente tese. A presente investigação desenvolveu-se com recurso, sobretudo, a metodologias de análise qualitativas. Para tal, foi aplicada uma análise de conteúdo aos textos e às imagens dos guias, permitindo, no caso das ilustrações, obter um *output* quantitativo pela mensuração dos elementos que surgem nas imagens. Assim procurou-se:

- Cruzar o discurso escrito com o discurso imagético.
- Quantificar os elementos mais presentes nas imagens e a forma como estas transmitem uma representação paisagística, ideológica, cultural e religiosa do país.

1.4. Relevância

O estudo dos guias de viagem permite conhecer os destinos, mas também as circunstâncias e dinâmicas do turismo de determinada época. Desta forma, os guias surgem como reflexo da época em que são concebidos, espelhando a forma como o destino, o respetivo povo e suas infraestruturas são/eram encaradas. Como tal, este tipo de obras são um riquíssimo repositório de informação para o estudo dos destinos, nomeadamente no que diz respeito à história do turismo e dos fluxos turísticos, abrindo uma porta ao investigador para conhecer a forma como determinado destino foi sendo avaliado ao longo de um determinado hiato temporal, as variações no discurso e a construção e reconstrução do espaço social do país (Cooper, 1994). Recorrendo ao exemplo da obra “*The Selective Traveller in Portugal*”, Pereira (2015, p. 238) considera que se torna imperiosa “uma análise à luz dos pressupostos dos Estudos de Imagem”.

O tema de investigação da presente tese apresenta elevada relevância por várias razões:

1. Abrange um **período alargado** desde o nascimento do turismo moderno no país até ao final do século XX, oferecendo uma visão ampla sobre Portugal como destino.
2. Aborda a **visão dos autores portugueses e dos autores estrangeiros**, fornecendo uma visão de diferentes perspetivas sobre a mesma realidade.
3. Identifica as **diferentes dimensões em análise**.
4. Procura **localizar lugares-comuns e estereótipos** do discurso turístico sobre Portugal e na retórica textual e pictórica.
5. **Quantifica e expõe a produção de guias** por década e respetiva proveniência, dando a conhecer como se distribuiu a produção destas obras no período em análise.
6. **Analisa os autores e as editoras** responsáveis pela redação e publicação das obras.
7. Como auxiliares no “consumo dos lugares” (Urry, 1995), os **guias representam um rico repositório de informações sobre o destino estudado**.

Confirmando o que foi defendido antes, Morais (2012) afirma que a investigação baseada em guias de viagem impressos pode revelar a rede de variáveis implícitas na dinâmica da atividade turística, trazendo a possibilidade de abertura de novas linhas de investigação sobre diversas temáticas. Delmas (2012) defende que o estudo dos guias é também uma forma de estudar o discurso sobre um destino, contrapondo-o com a realidade existente. Por sua vez, Ollivier, et al. (2012) defendem ser oportuno estudar os guias por estes refletirem os valores dos lugares e, por outro lado, terem um carácter performativo e interventivo na formação dos comportamentos dos turistas.

Os guias são, em suma, “resultado de uma construção histórica” (Morais, 2012, p. 324) e espelho do tempo em que são editados, apresentando-se como uma valiosa ferramenta para o estudo do turismo e da literatura de viagem. Como tal, o estudo do discurso turístico reveste-se de uma grande importância, uma vez que nos permite analisar o processo de mercantilização das atividades ligadas ao ócio, bem como o valor do destino, forjando-lhe a identidade perante o turista (Chierichetti et al., 2017).

1.5. Estrutura da tese

A presente investigação divide-se em seis capítulos. De carácter introdutório, o primeiro capítulo visa contextualizar a investigação, expondo os objetivos da mesma, a respetiva questão de investigação, relevância e estrutura.

O segundo capítulo é inteiramente dedicado à **revisão de literatura**, estruturando-se em cinco subcapítulos. A primeira secção é dedicada a uma contextualização teórica que apresenta uma revisão sistemática sobre a forma como os guias são analisados nos artigos presentes na base de dados SCOPUS, enquanto a segunda versa sobre a literatura dedicada à análise pictórica em turismo. Por fim, a terceira secção apresenta as diferentes perspetivas da investigação sobre os guias de viagem. O terceiro subcapítulo é um dos mais ramificados de toda a tese. Este subcapítulo procura fazer um **enquadramento conceptual** dos temas em discussão, nomeadamente, o **conceito de guia**, esclarecendo igualmente as semelhanças e dissemelhanças com géneros semelhantes. Fazendo a ponte com o subcapítulo anterior, o subcapítulo quatro debruça-se sobre a realidade do turismo no período em análise, dando especial enfoque no caso português. Por sua vez, o quinto subcapítulo, procura ainda conceptualizar os termos “**mito**” e “**estereótipo**” no contexto

dos guias. Finalizando o segundo capítulo, o subcapítulo seis apresenta os autores e as editoras responsáveis pela edição dos guias.

O terceiro capítulo é dedicado em exclusivo à **fundamentação e metodologia**. Desta forma, neste capítulo é apresentada a fundamentação para o tema escolhido, os objetivos a atingir, e é explicada a forma como decorreu a pesquisa e o tratamento da informação, concluindo com as limitações encontradas no decorrer da investigação.

No quarto capítulo desenrola-se o estudo empírico. Este capítulo divide-se em três pontos essenciais: **análise dos guias de século XIX, análise dos guias do século XX e análise dos dados visuais**. Os dois primeiros pontos subdividem-se na análise das obras de autores portugueses e na análise de obras de autores estrangeiros.

Realizada a síntese e conclusão de toda a investigação, o quinto capítulo é inteiramente dedicado ao **balanço da investigação**, apresentando e identificando as limitações, os contributos da mesma e as propostas para futuras investigações.

II. Enquadramento teórico

Introdução

O presente capítulo dedicar-se-á ao enquadramento teórico do tema em análise, bem como ao levantamento das diferentes perspetivas sobre o estudo do mesmo.

Numa primeira secção, a abordagem abarcará uma revisão de literatura aos trabalhos efetuados no âmbito do estudo dos guias e temas afins. Esta será também dedicada às perspetivas sobre o estudo dos guias, procurando-se enumerar, distinguir e relacionar com o estudo a desenvolver. Posteriormente, será apresentada uma breve análise sobre o período que medeia entre o surgimento da impressão gráfica e o surgimento dos meios de comunicação em massa, precisamente o período em que se regista o nascimento e o desenvolvimento dos guias. De seguida é apresentada uma análise histórica do desenvolvimento da indústria turística, do perfil do turista e de Portugal como destino ao longo do período em investigação. Para finalizar, é feita uma análise à presença de mitos, estereótipos e ao gosto de época presentes nas obras, concluindo o capítulo com um levantamento dos autores e editoras responsáveis pela produção dos guias.

2. Estudo dos guias

2.1. Contextualização teórica

A abordagem à temática dos guias de viagem é ainda escassa, especialmente no que diz respeito ao caso português. De acordo com Anisimov, Bekasova & Kalemeneva (2016), só recentemente se iniciou a investigação intensiva sobre o papel dos guias no desenvolvimento da indústria do turismo, na formação da cultura de consumo, no impacto económico e social no desenvolvimento das regiões, assim como na formação identitária. Os trabalhos de investigação sobre os guias espelham a multidisciplinaridade do turismo, com estes a serem estudados por sociólogos, antropólogos, especialistas em *marketing*, historiadores e linguistas (Cappelli, 2016).

Precisamente sobre o caso português encontram-se abordagens específicas sobre cidades ou regiões (Castro, 2012; Gonçalves, 2008, 2015; Matos & Bernardo, 2013) que, de alguma forma, se aproximam ao pretendido para esta investigação. Embora

isoladamente, existem abordagens mais genéricas sobre os guias na emergência do turismo contemporâneo em Portugal (Matos et al., 2008; Matos & Santos, 2004), assim como sobre os guias de viagem e cartografia (Martins, 2011). Numa diferente perspetiva, a literatura existente debruça-se sobre os “olhares alemães” entre 1980 e 2006 (Cordeiro, 2010), a literatura de viagens da RDA (Lima de Matos, 2007), as representações presentes nos guias (Cordeiro, 2011b; Sá, 2019), os guias na emergência do turismo moderno em Portugal (Sá, 2017) ou sobre o caso do “Guia de Portugal” (Silva, 2010), este último peça fundamental no período em análise. Fora do universo dos guias, na literatura nacional, é possível encontrar obras que versam sobre a narrativa das cidades (Fortuna, 1997), literatura esta que se apresenta também como complemento capital para a compreensão do desenvolvimento dos guias.

No campo da literatura internacional, encontram-se também abordagens semelhantes, em alguns casos centradas na descrição de um país, como nas obras de Santulli (2011), Vestito (2006) e Lew (1992), Bhattacharyya (1997), Nelson (2012), Cormark (2013), Tchoukarine (2005), Bergmeister (2015), Stausberg e Aukland (2018), Verhoeven e Payrhuber (2018), Griffin (2018), Epelde (2004) ou focadas numa só região. A título de exemplo, poder-se-ão citar os casos da Andaluzia por Río & Zúñiga (2006), Navarra por Zabalza (2012), Marine-Roig (2011) para a costa catalã, Pobes (2019) para o País Vasco, Galani-Moutafi (2015) para a Grécia, Meulendijks (2017) sobre a Índia Holandesa, Vincent (2012) sobre a Bretanha, entre outros (Bonin, 2001; Chabaud, 1998; Devanthéry & Ariane, 2011; Lucas, 2019; Moret, 1992). Existem também obras que se centram na descrição de cidades, como aquela que a autora Hadjetian (2002) desenvolveu sobre Londres, Siegenthaler (2002) sobre Hiroshima e Nagasaki, Rakić (2012) sobre as narrativas de uma determinada atração, Jemellin-Devanthery (2006) sobre Lausanne ou Menero (1999) sobre Valência, ou ainda no papel dos guias na difusão das arquitetura (Vajda, 2010) e do património (Petermann, 2018). Por seu lado, Rudy Koshar (2000) opta por uma abordagem à história do guia de turismo e às “culturas de viagem” germânicas, procurando entre as linhas dos guias Baedeker e Fodor traços dessa referida “cultura de viagens” (Semmens, 2001, p. 629), desenvolvendo assim um “substancial contributo” para o estudo da história dos guias (Bastos & Nova, 2012). Também numa abordagem à história dos guias de viagem, Alan Sillitoe (2004) traça a evolução dos guias modernos no seu primeiro século de existência, entre 1815 e 1914, recorrendo ao exemplo de várias regiões ou cidades, enquanto Nicholas T. Parsons (2007) faz uma análise mais abrangente, partindo

do *Grand Tour* e levando a análise até ao início do século XX e Damien (2003) debruça-se sobre os guias na primeira metade do século XIX. Por sua vez, Anisimov, *et al.* (2016) investigam o papel de vários tipos de literatura no desenvolvimento das infraestruturas de transporte e na emergência da indústria turística na Rússia Imperial, enquanto Pérez (2012) investiga os imaginários presentes nos guias de turismo internacional no que diz respeito ao turismo indígena, e Garrod & Kosowska (2012) se debruçam sobre o imaginário de Goa.

Em 1974 é lançada uma obra de referência no que diz respeito ao estudo dos guias, da autoria de John Vaughan (1974). Mais tarde, Nicholas T. Parsons (2007) e Alan Sillitoe (2004) viriam também a estudar uma parcela do período analisado por Vaughan (1974), naquela que terá sido, muito provavelmente, a primeira obra a debruçar-se sobre a problemática dos guias. Por fim, Anisimov *et al.* (2016) analisam o impacto dos guias nas infraestruturas de transporte e a emergência do turismo na Rússia imperialista nos séculos XIX e XX.

É possível também encontrar, com relativa abundância, análises mais alargadas aos guias (van Gorp, 2012, Peel & Sorensen, 2016a, Koshar, 1998, Garcia-Fuentes, 2016, Buzard, 1993a, Satrústegui 2005, Young 2009), assim como autores que procuram uma análise dos discurso e da linguística dos mesmos (Antelmi, 2011; Beck, 2006; Bender *et al.*, 2013; Mapelli & Piccioni, 2011; Santulli, 2011; Seoane, 2013; Vázquez, 2011) ou ainda novas propostas de metodologia para análise de guias (Kałaska *et al.*, 2020). Por fim, é possível encontrar estudos sobre os hábitos de uso dos guias (Simon Wong & Gladys Liu, 2011), as diferenças culturais e a forma como estas se refletem nos guias e nas escolhas dos turistas (Suzuki, 2003; Suzuki & Wakabayashi, 2005; Zillinger, 2004, 2006), os guias dedicados a um público feminino (Wilson *et al.*, 2009) ou sobre o papel dos guias na era digital (Mieli & Zillinger, 2020).

Noutra dimensão, o sociólogo Roland Barthes na sua “mais famosa obra” (Badmington, 2009), “*Mitologias*”, editada originalmente em 1957, apresenta uma visão crítica dos guias com uma escrita cáustica, recorrendo ao exemplo dos “*Guides Bleus*”.

Na literatura dedicada à história do turismo, como é o caso da obra de Lynne Withey (1998), encontram-se contributos importantes sobre a evolução dos guias, tal como breves ensaios em enciclopédias de turismo (Grushow, 2003; Matos, 2014; Peel & Sorensen, 2016b; Towner, 2000). Por fim, Antonescu & Stock (2014) procuram traçar a história do surgimento de novos destinos a partir de 1800 com recurso aos guias.

Tabela 1 Obras publicadas sobre guias de turismo

	Autor(es)
Abordagens específicas sobre cidades, regiões ou países	Castro (2012); Cormark (2013); Gonçalves (2008); Gonçalves (2015); Zabalza (2012); Matos & Bernardo (2013); Meulendijks (2017); Garrod & Kosowska (2012); Siegenthaler (2002); Vestito (2006); Marine-Roig (2011); Lew (1992); Barreira (2005); Bhattacharyya (1997); Nelson (2012) Galani-Moutafi (2015); Garcia-Fuentes (2016) Rakic (2012); Menero (1999); Picone (2013); Garofalo (2012)
História dos guias	Matos & Santos (2004); Matos, Santos et al. (2008); Vaughan (1974); Parsons (2007); van Gorp (2012); Buzard (1993); Fic (2018); Anisimov et al. (2016); Korell (2018)
Guias e a cartografia	Martins (2011)
Guias, a arquitetura e o património	Vajda (2010); Petermann (2018)
Globalização do turismo	Antonescu & Stock (2013)
Realidade e representação alemã	Cordeiro (2010); Lima de Matos (2007); Koshar (1998); Zillinger (2006); Zillinger (2004); Santulli (2011)
Representações dos guias	Cordeiro (2011b); Cordeiro(2011a); Bender, et al. (2013); Durand (2005); Del Río & Zúñiga (2006); Delmas (2012); Pérez (2012); Bonin (2001); Young (2009); Ogden (2017); Manosso et al. (2015)
Impacto e uso dos guias	Peel & Sorensen (2016a); Simon Wong & Gladys Liu, (2011); Suzuki (2003); Suzuki & Wakabayashi (2005); Roberson (2015)
Mitos	Barthes (2009/1957)
Linguística, narrativa e discurso turístico	Antelmi & Santulli (2012); Vázquez (2011); Mapelli & Piccioni (2011); Beck (2006); Antelmi (2011); Calvi (2010); Tejero (2016); Tejero (2018); Cole (2018); Lucas (2019); Wynne-Hughes (2012)
Era web 2.0	Mapelli (2016)
Gastronomia e os guias	Morais (2012)
O uso dos guias por turistas japoneses	Nishimura, et al. (2006); Nishimura, King, et al.(2007); Nishimura, Waryszak, et al.(2007)
Tipologias de leitores	Lever, et al. (2019)
Metodologia de investigação de guias	Kalaska, et al. (2020)

No que diz respeito à literatura publicada na última década em revistas científicas indexadas à SCOPUS (ver tabela 2), é possível verificar o número reduzido de artigos produzidos sobre esta temática. Para esta pesquisa foram usadas as palavras “*guidebook**” e “*touris**” no campo *keywords*, uma vez que estas permitem a localização de artigos de forma abrangente. A partir dos resultados obtidos, foram excluídas todas as áreas científicas sem relação com a investigação, mantendo *Arts and Humanities*, *Business Management and Accounting* e *Social Sciences*. De seguida foi efetuada uma filtragem por ano de publicação, mantendo-se apenas os artigos publicados entre 2009 e 2020. Por fim, selecionou-se ainda as *keywords Tourism, Guidebooks, Tourist Guidebooks, Guidebook e Tourism Guidebooks*, tendo-se obtido um total de mais de 60 documentos.

Tabela 2 Número de artigos Scopus sobre guias na última década

Ano	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
N.º de artigos	3	2	4	8	8	6	5	7	7	6	7	3

Verifica-se igualmente um valor relativamente estável na publicação de artigos entre 2012 e 2019, variando entre 5 e 8 artigos/ano. Destes, apenas os autores Aukland, K. e Tegelberg, M. possuem mais do que um artigo.

No que diz respeito às publicações onde estes artigos se encontram publicadas, é notória uma grande dispersão (ver tabela 3). Todavia, as revistas *Journal of Tourism History* (5), *Annals of Tourism Research* (4), *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage* (3), *Studies in Travel Writing* (3), *Tourism Analysis* (3) e *Tourist Studies* (3) concentram 21 dos 66 artigos localizados (32%).

Tabela 3 Número de artigos SCOPUS por publicação

N.º de artigos	1	2	3	4	5
Publicações	<ul style="list-style-type: none"> - African Journal of Hospitality Tourism and Leisure - Austrian Journal of South East Asian Studies - Beaten Track European Tourism Literature and the Ways to Culture 1800 1918 - Bridging Tourism Theory and Practice - Bulletin of Spanish Studies - Bylye Gody - Complutum - Comtemporary Levant - Current Issues in Tourism - Cybergeog - Encounters with Popular Past Cultural Heritage and Popular Culture - Ethnologia Europea - Etnoloska Tribina - Geoforum - Health and Place - Historia Social - International Encyclopedia Of The Social Behavioral Sciences Second Edition - International Journal of Cultural Studies - International Journal of Tourism Cities - Journal Of Contemporary History - Journal Of Contemporary Religion - Journal Of The History Of Ideas - Journal Of War And Culture Studies - Language And Intercultural Communication - Lili Zeitschrift Fur Literaturwissenschaft Und Linguistik - Media Culture And Society - Perspectives Studies In Translatology - Pompeii In The Public Imagination From Its Rediscovery To Today - Publications Of The English Goethe Society -Rig Kulturhistorisk Tidskrift - Romanticism - Scandinavian Journal Of Hospitality And Tourism - Shima - Social Identities - Space And Culture - Textual Practice - Theory And Practice In Language Studies - Tourism And Hospitality Research - Tourism Culture And Communication - Tourism Geographies - Tourism Review - Tourism Review International - Tourism Social Science Series 	Journal of Design History	International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage Studies in Travel Writing Tourism Analysis Tourism Studies	Annals of Tourism Research	Journal of Tourism History

2.2. Perspetivas sobre o estudo dos guias

Na literatura existem sobre os guias de viagem é possível encontrar diferentes abordagens. Os autores Peel e Sorensen (2016) identificam quatro *clusters* de investigação sobre guias, sendo eles os i) guias e história do turismo, ii) os textos e imagens dos guias, iii) os guias como mediadores da prática turística e, por fim, iv) o uso dado pelos turistas aos guias. A presente investigação abrange os três primeiros *clusters*, porém apresenta um especial enfoque no *cluster* ii).

Os mesmos investigadores identificam ainda sete lacunas na investigação sobre guias (analisar tabela 4). A investigação contribuirá para o desenvolvimento de conhecimento na lacuna “mudança e evolução dos guias”.

Tabela 4 Sete lacunas na investigação sobre guias

Conceptualização dos guias	Mudança e evolução nos guias	Atitude dos turistas em relação aos guias	Impacto dos guias nos negócios
Impacto dos guias nos destinos	O futuro dos guias	Estigma cultural dos guias	

A análise de Matos *et al.* (2008) corrobora a observação de Peel e Sorensen (2016), ao considerar que a investigação sobre guias permite uma análise em diferentes perspetivas e temas. Nas palavras de Gencarella (2007) e Antonescu & Stock (2014), os guias são uma fonte de informação rica, funcionando como barómetros do passado. Neste sentido, a presente investigação pretende enquadrar-se nos clusters 1 e 2, identificados por Peel e Sorensen (2016), procurando ao mesmo tempo combater a lacuna 2. Esta linha de pensamento irá permitir à investigação recorrer aos guias como fontes de informação sobre as mudanças e a evolução dos mesmos no período em análise, usando-os também como barómetro e espelho do contexto em que se inserem.

Ao longo da investigação, Peel & Sorensen (2016a) encontraram uma estigmatização dos guias. Se por um lado, eles são representados como uma “entidade” periférica com uma influência superficial, por outro, surgem como algo que exerce uma influência negativa dentro do sistema turístico. Concluem, no entanto, que os guias, sendo um motor da mudança, são também resultado da mudança, já que a produção e as

representações neles contidas não ocorreram num “vácuo” temporal e espacial mas, sim, na interação com a multiplicidade de realidades e identidades, refletindo as alterações no turismo e atuando como ferramenta para a compreensão do território (Matos et al., 2008; Peel & Sorensen, 2016a). Como tal, as narrativas no contexto do turismo são importantes, não só como um ingrediente essencial para a construção da identidade pessoal, coletiva e local, mas também no processo de contemplar, experienciar, recordar e disseminar as experiências da viagem e do turismo (Tivers & Rakić, 2012). Todavia, Peel & Sorensen (2016a, p. 219) rejeitam a ideia de que os guias terão, por si só, “aberto a porta a mudanças sociais, culturais e económicas massivas”.

Ainda assim, Towner (1984) e Marine-Roig (2011) consideram os guias uma ferramenta extremamente valiosa como contadores de estórias, testemunhas da história e tendências do seu tempo, tal como demonstra também o estudo de Siegenthaler (2002) sobre os guias de Hiroshima e Nagasaki no pós-guerra. Com uma ideia semelhante, Peel e Sorensen (2016) veem os guias como elementos dinâmicos e interativos da viagem, uma vez que refletem as mudanças no turismo, reforçando assim a importância da investigação destas obras.

2.3. Evolução e importância da análise de imagens em turismo

Após a sua invenção na primeira metade do século XIX, a fotografia não se tornou de imediato popular nos países ocidentais. As câmaras eram caras e grosseiras, característica que, combinada com as técnicas complexas de fotografia, contribuíram para que os turistas não as usassem. Este afastamento entre a técnica da fotografia e os turistas só viria a ser combatido com a produção em massa de máquinas acessíveis e simples, num processo que no final da década de 1880 será apelidado de “*kodakisation*” (Li, 2015, p. 36). Mais tarde, o advento das câmaras de 35mm traria uma relação mais fluida entre o fotógrafo e o objeto fotografado (Wright, 2011). No meio científico, a antropologia é apontada como a primeira área a recorrer à fotografia (Harper, 1994). É reconhecido que as fotografias dos destinos moldam e redefinem as perceções dos antigos e dos potenciais turistas, influenciando assim o processo de tomada de decisão (Stepchenkova et al., 2015). Todavia, antes da democratização do processo fotográfico, o recurso a pinturas ou desenhos como representação dos destinos já desempenhava um papel importante. Recorrendo ao

exemplo dos guias para o Japão no período entre os dois conflitos mundiais, Griffin (2018, p. 354) aponta a comunicação visual como responsável por transmitir às audiências ocidentais um “sentimento de conforto” e de experiências “familiares [...] e não apenas exóticas”.

O primeiro trabalho de cariz exploratório que analisa a relação da fotografia com o turismo data de há cerca de trinta anos e é da autoria de Albers & James (1988). Entretanto a abordagem à fotografia no contexto do turismo tornou-se relativamente popular na investigação, sendo aplicada na análise da imagem dos destinos de acordo com as imagens presentes em revistas e jornais (Hsu & Song, 2013; Pan et al., 2014; Quanchi, 2004; Singh & Formica, 2007), a relevância dos elementos pictóricos na formação da imagem e nas perceção e desenvolvimento de um destino (Garrod, 2008; Griffin, 2018; Hunter, 2013; Kim & Stepchenkova, 2015; Lian & Yu, 2017; MacKay & Fesenmaier, 1997; Rodrigues, 2015; Rodrigues et al., 2015), a diferença entre as imagens publicadas pelas entidades oficiais de turismo e as geradas pelos turistas (Mak, 2017; Stepchenkova & Zhan, 2013) ou apenas as imagens geradas pelos turistas (Proteau, 2019; Stylianou-Lambert, 2012). Existem ainda trabalhos onde esta abordagem procura debruçar-se sobre questões de género presentes nas imagens das brochuras (Sirakaya & Sonmez, 2000) e as tipologias de representações fotográficas no turismo (Hunter, 2010). Todavia, tal como Hillman, *et al* (2018) sugerem, este método apresenta, para além dos benefícios, algumas limitações. Ainda assim, a fotografia é hoje reconhecida como uma poderosa ferramenta de promoção dos destinos, duas realidades intrinsecamente ligadas (Garrod, 2009; Hunter, 2008).

No que diz respeito à metodologia de investigação no contexto do turismo, existem várias obras que se debruçam sobre a problemática (Albers & James, 1988; Rakić & Chambers, 2012; Rodrigues et al., 2017; Rodrigues, 2018).

3. Do nascimento da impressão à era da comunicação de massa

O surgimento dos guias modernos só foi possível pelo **desenvolvimento das técnicas modernas de impressão**. Se anteriormente os livros eram resultados de cópias manuscritas, introduzindo pontualmente erros e restringindo o número de obras disponíveis, com a invenção de Gutenberg passou a ser possível a impressão de milhares de obras isentas de erros (DeFleur & Ball-Rokeach, 2011). Apesar das primeiras

experiências para uma impressão sistematizada datarem do século XV através de Gutenberg, o desenvolvimento tecnológico operado no século XIX conduziu a uma verdadeira produção massiva de livros, baixando o preço e produzindo formatos mais convenientes, nomeadamente para o uso em viagem. Assim este foi então um período onde confluíram o desenvolvimento da técnica de impressão e do turismo, refletindo-se no nascimento e profusão de publicações dedicadas à viagem.

Fruto do surgimento e da aceitação da imprensa de massas, bem como da democratização da viagem e de um maior nível educacional da população, a comunicação tornou-se cada vez mais intensa e importante.

3.1. Os guias de viagem, guias de turismo ou, simplesmente, *guidebooks*

3.1.1. O conceito de *guidebook*

It is easier to recognise a guide book than to define one, for the form has many variations. (Vaughan, 1974, p. 62)

Existem há vários séculos diferentes tipos de obras de suporte à viagem. Dentro da comunicação turística é possível distinguir duas modalidades, isto é, a comunicação direta de forma oral e a comunicação indireta por um meio escrito, no qual se enquadram os guias (Calvi & Bonomi, 2008; Jimenez, 2012). O surgimento dos guias modernos é, regra geral, apontado como tendo ocorrido no século XIX, impulsionado pela **expansão dos caminhos de ferro**. De acordo com Månsson (2009), os diferentes *media*, no qual se incluem os guias, desempenham um **papel importante na tomada de consciência e na formação de uma imagem por parte do turista** em relação ao destino, podendo ser um fator determinante no momento da escolha. Os guias reclamam para si uma **postura autoritária, informações factuais**, bem como o uso como substituto de um guia humano, apresentando ao visitante o que é importante para ver e visitar durante a viagem (Beck, 2006; Withers & Keighren, 2011), com recurso a uma **linguagem narrativa e persuasiva** (Tailanga et al., 2016), surgindo assim como “sintoma dos processos sociais de anonimato que ocorrem na metrópole contemporânea, em substituição da informação pessoal, advinda do contato interativo face a face” (Barreira, 2005, pp. 302–303). Apesar de alguns autores considerarem este tipo de literatura superficial ou acrítica (Beck, 2006; Peel & Sorensen,

2016a), os guias **são uma fonte de informação fundamental para a compreensão da evolução do turismo, dos fluxos turísticos e do próprio turista**, desempenhando também um papel importante no conhecimento adquirido pelo turista.

De acordo com a literatura, **não há uma definição clara de guia turístico** (Hobson, 2015; Mazor-Tregerman, Mansfeld, e Elyada, 2015; Peel & Sorensen, 2016; Tower, 2000), levando a que **“uma ampla gama de livros possam servir como auxílio aos turistas e, desta forma, os guias possam ocorrer dentro de todo o campo da literatura de viagens”** (Towner, 2000, p. 267). A dificuldade em conceptualizar o guia de turismo, tornou-se ainda maior com o surgimento das plataformas *web* e das redes sociais, fragmentando o género em múltiplas variedades textuais (Calvi & Chierichetti, 2012), levando a que Peel e Sorensen (2016a) considerem ser ainda mais premente procurar uma conceptualização e uma delimitação deste conceito. Ainda assim, é possível afirmar que a componente prescritiva e o discurso procedimental permitem diferenciar os guias de outras publicações similares, como folhetos, artigos e reportagens, ou de livros de viagem (Kerbrat-Orecchioni, 2004 *in* Santulli, 2011). Como tal, Morais (2012, p. 324) defende que os guias carregam uma “complexidade que ultrapassa, em muito, orientações de rotas e serviços para turistas”.

Pearce (2005) estabelece um paralelismo entre o manual de instruções de um produto de consumo e um guia. Se no caso do primeiro surgem instruções de como usar, informações de segurança e a quem o usuário se deve dirigir para obter informações, o mesmo se passa relativamente ao guia de turismo. Todavia, um guia pode ser entendido como “uma forma textual, de informação e instruções para facilitar a orientação espacial/cultural ao turista/viajante” (Dybiec, 2005, p. 92), como **instrumento que medeia a relação entre o turista e o destino** (Bhattacharyya, 1997), sendo a principal função de um guia no turismo de massas **“promover e vender a cidade aos turistas”** (Hadjetian, 2002, p. 3), tornando-a assim num produto “utópico e de imagens idealizadas para atrair um público de massas” (Hadjetian, 2002, p. 3). O guia de turismo é visto igualmente como a “organização do consumo apontando o turista para os locais com fins turísticos” (Therkelsen e Sørensen, 2005, p. 48), oferecendo informações sobre clima, geografia e costumes locais (Piana et al., 2018). Tornou-se, assim, numa das fontes de informação para os turistas, especialmente para os turistas internacionais (Pearce & Schott, 2005). Tal como Simon Wong e Gladys Liu (2011) admitem, partindo do princípio de que existem milhares de guias, de diferentes editoras e com diferentes abordagens, o conteúdo dos livros vai,

necessariamente, variar. No entanto, os guias são, seguramente e como referido anteriormente, **um conglomerado de vários tipos de texto**. Como tal, a multiplicidade de elementos textuais dificulta a criação de uma definição precisa (Steinecke, 1988;1990 *in* Cordeiro, 2010), daí resultando **obras de características híbridas** (Bergman, 2012), ou não fossem os guias resultado da interseção dos diferentes tipos de literatura que vão da coluna de opinião aos manuais práticos para turistas (Anisimov et al., 2016), onde está presente uma axiologia baseada na valorização dos destinos descritos pela abundância de termos avaliativos (Kottelat, 2011).

Smecca (2009) menciona quatro características base para os guias:

- **Acessibilidade:** deverão ser fáceis de encontrar e consultar;
- **Fiabilidade:** deverão ter informação atualizada e confiável;
- **Estandardização:** a aparência exterior e a organização interior deverão ser padronizadas de forma a serem facilmente reconhecidos;
- **Exaustividade:** deverão fornecer todo o tipo de informações úteis aos viajantes.

De uma forma mais abrangente e independentemente de serem guias ou não, a literatura turística procura, regra geral, desempenhar três funções (Calvi & Bonomi, 2008, p. 183):

- **Informar:** no turismo existe uma grande procura por informações de carácter prático, como transportes e infraestruturas, e por informações relativas a aspetos culturais, históricos que compõem os atrativos do destino;
- **Persuadir:** à exceção dos documentos mais técnicos, os textos turísticos dirigidos ao público apresentam normalmente uma função persuasiva mais ou menos evidente, podendo ter como objetivo a venda de um produto, promoção da imagem ou uma visão do mundo;
- **Dirigir:** a função diretiva ou regulativa realiza-se em textos muito diversos, desde programas de viagens até aos guias.

Todavia, Capelli (2016) aponta apenas duas funções: **mediação e condução do turista**. No caso do primeiro, os guias são mediadores da experiência do viajante,

indicando o que este deverá visitar e descrevendo-os. Os guias são também “condutores” da ação dos turistas pelas recomendações de alojamento, restaurante, itinerários, entre outros.

Os guias atuam como **elemento central no processo de seleção dos destinos**, contribuindo da mesma forma para que outros destinos sejam ignorados, manipulando também o tempo ao segmentar a deslocação de acordo com o período estimado para as visitas (Dijkstra, 2016; Meulendijks, 2017; Ploner, 2012; Zillinger, 2006). Os guias demonstram também a capacidade em obedecer a uma agenda ideológica, em alguns de forma propositada, à semelhança do que ocorreu a partir de 1933 na Alemanha, com “silêncios e omissões” (Ploner, 2012; Semmens, 2005). Os guias são ainda vistos nos dias de hoje como **geradores de expectativas**, mediadores, intermediários, facilitadores, algo que reduz o risco, “traduz” a cultura local, fornecedores de orientação e ferramentas para poupar dinheiro no destino e, por fim, como fontes de informação que visam proporcionar independência ao turista, desígnio principal de Baedeker, permitindo-lhe viajar dentro de uma bolha de segurança (Björk & Kauppinen-Räsänen, 2017; Cohen, 1985; Dybiec, 2005; Korell, 2018; Mazor-Tregerman et al., 2017; Metro-Roland, 2011, 2016; Smecca, 2009; van Gorp, 2012; Young, 2009; Zillinger, 2006) e que este faz questão de dar conta no prefácio da quarta edição do guia dedicado à Península Ibérica:

[...] is to supply the traveller with such Information as will render him as nearly as possible independent of hotel-keepers, comissionnaires, and the guides [...]. (Baedeker, 1913, p. v)

Estas indicações não são, no entanto, “substituto do bom senso” (Anderson et al., 1993, p. vi). Por estas razões, os turistas que buscam explorar algo novo e que não lhes é familiar, tendencialmente, preferem guias como fonte de informação (Hyde, 2009). Nesta perspetiva, não é um tipo de obra que, regra geral, o turista leia da primeira à última página (Korell, 2018). Neste contexto, John Murray define guia como um “**dicionário de locais**” (Allen, 1996, p. 214). Ainda assim, o uso dos guias não fica restrito à procura de informação durante a fase pré-compra, servindo também como resposta às necessidades do turista de expandir os seus conhecimentos (Nishimura, Waryszak, et al., 2007).

Os guias são reconhecidos como os “companheiros contemporâneos da descoberta das cidades” (Saunier, 1993, p. 1), sendo redigidos para serem usados durante a viagem,

isto é, não apenas no destino, mas igualmente antes, constituindo-se como o primeiro elemento da viagem, e depois da viagem (Beck, 2006; Koshar, 1998; Månsson, 2009; Nishimura et al., 2006; Simon Wong & Gladys Liu, 2011). Månsson (2009, p. 227) em concordância com Young (2009), considera que estes continuam a ser influentes no “comportamento pós-consumo como ferramenta de partilha e recordação”, de tal forma que Topler (2018, p. 670) defende que os guias procuram “convencer os turistas potenciais para a compra de serviços turísticos”. Coincidindo com a teoria de Dann (1996) sobre a experiência de viagem, Young (2009) defende ainda que, apesar de existirem três períodos em que os guias são usados, a leitura durante a viagem como mediador é dominante.

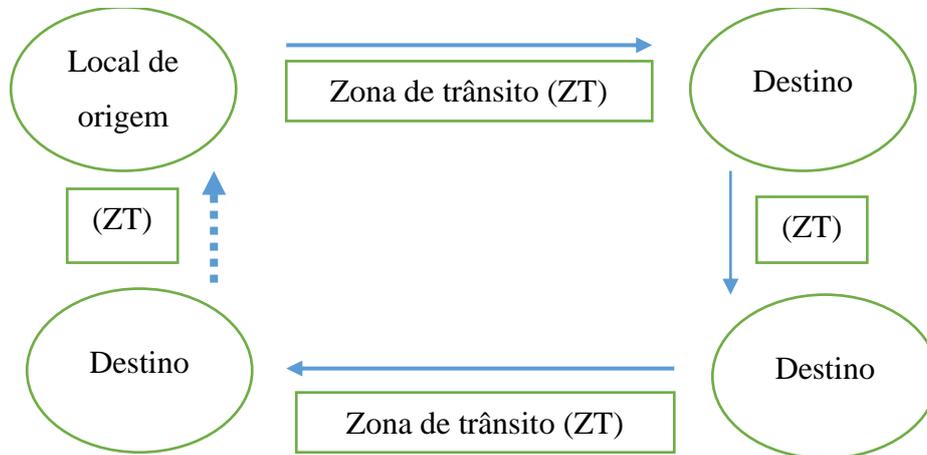
Contrariamente ao defendido por alguns autores, o guia Berlitz para Portugal do ano de 1993 considera que este foi planeado para ser usado “em Portugal” (Anderson et al., 1993, p. v). Anos antes, mas num guia de outra editora, o mesmo autor afirma exatamente o mesmo ao defender que o guia em causa foi “projetado para ser usado em Portugal” (Anderson et al., 1990, p. v). De qualquer forma, e recorrendo ao modelo de Leiper (1979, 1990), é possível demonstrar os momentos de uso dos guias da forma ilustrada pela figura 4, onde todas as áreas presentes, isto é, local de origem, zonas de trânsito e destinos, são locais propícios à leitura dos guias, embora não haja concordância entre os autores. Young (2009) afirma ainda que, quer no uso pré-viagem quer no uso pós-viagem, a função do guia como fornecedor de informação mantém-se, todavia o efeito é diferente, isto é, enquanto antes da viagem a informação serve para moldar expectativas, no uso posterior à viagem a informação funcionará para evocar e, eventualmente reformular, as memórias. Quando comparados com outras fontes de informação, os guias sintetizam um conjunto de informações que inspiram o viajante, já que, sendo a viagem algo intangível, eles (os guias) oferecem uma experiência prospetiva, proporcionando informações e um imaginário sobre o destino (Nishimura et al., 2006).

A estrutura dos guias não é alheia à lógica da leitura e da deslocação no destino. Essa realidade é observada por Lisle (2008), ao considerar que estas obras são uma forma bastante específica de comunicação, estando altamente reguladas pela funcionalidades que possuem (ver, fazer, dormir, entre outras). Por este motivo, Colber (1995) dá a conhecer a lógica da construção do guia “*Let’s Go*” de 1995:

Let's Go: Spain & Portugal divides Iberia into 22 regions. The chapters on Spain are arranged geographically in two clockwise spirals [...]. Portugal's scheme takes the

reader from Lisboa north through Estremadura, along the coast to the northern frontier, then south to the Algarve. This method closely reflects the peninsula's transportation network. [...] (Colbert, 1995, p. xix)

Figura 4 Momentos de uso dos guias com base em Leiper



Fonte: adaptado de Leiper (1979, 1990)

Os guias podem ainda ser definidos como uma literatura utilitária e pedagógica (Matos et al., 2010; Matos & Santos, 2004), uma descrição não narrativa (Grushow, 2003), que procura fornecer a quem se desloca indicações sobre a viagem e o espaço a visitar, característica especialmente visível nos primeiros guias do século XVII e XVIII, num contexto iluminista (Cordeiro, 2010), embora estes sejam raros antes de 1800 (Bergman, 2012). Deste período, a obra de James Murphy, “*Travels in Portugal*” de 1795, virá a tornar-se no “verdadeiro guia do viajante em Portugal e ponto de passagem obrigatório para quem pensava deslocar-se ao país” (Padeira, 2007, p. 68). Desta forma, os guias modernos fogem à estrutura de um texto literário, podendo ainda assim ter pequenas passagens narrativas, mas na sua grande parte são obras essencialmente descritivas (Stäheli, 2017). Apesar das dificuldades e das limitações encontradas na conceptualização, Peel e Sorensen (2016a) avançam com a seguinte definição de guia:

“A travel guidebook is a commercially distributed entity, made for transient non-locals to be used in the field. It contains place representations and is comprehensive as it includes practical information beyond that of a special interest subject. Yet, it is selective, and by evaluating more than just listing it facilitates a selection process.

Authority is asserted through sender identity and through the potential to contend “official” information.” (Peel e Sorensen, 2016, p. 29)

Ao contrário das narrativas dos séculos XIX, os guias tendem a ser de redação anónima, neutralizados num género referencial e informativo (Allen, 1996; Gonçalves, 2008), embora, em determinados guias especializados, continuem a estar presentes autores de prestígio. O próprio Baedeker, nos primeiros guias, identifica-se como editor e não como autor, só vindo a aparecer como autor da sexta edição do “*Rheinreise*” em 1949 (Mendelson, 1985). Contudo Dijkstra (2016) acrescenta que, tanto Baedeker como Murray usam o próprio nome como marcas e não como autores dos mesmos. No caso do primeiro, os guias foram sendo escritos por membros da família, no caso de Murray, sendo este editor de outros tipos de literatura, cedo delegou a execução dos guias a outros autores (Severo, 2013). Para Allen (1996), o anonimato do autor serviria para realçar a “quase-científica” fiabilidade dos factos e, na perspetiva de Alacovska (2017, p. 670) para “cultivar uma «credibilidade epistémica»”. Aliás, em meados do século XX, os guias eram vistos como uma das formas mais credíveis de informação (Nolan, 1976).

Por fim, os guias visam informar, lembrar e persuadir. Segundo McCabe (2009), estes são os três elementos que compõem a comunicação entre uma organização e o seu público-alvo. Esta realidade pode ser transposta para guias, informando o turista sobre o que irá encontrar no destino, lembrando-lhe informações úteis e persuadindo-o a visitar o local em causa, ainda que, por vezes, estes criem “verdadeiros bairros turísticos”, não respeitando os limites administrativos existentes (Lucas, 2019).

3.1.2. Literatura de viagens e relatos de viagens: Origem, diferenças e semelhanças

As fronteiras entre os diferentes tipos de literatura relacionada com as viagens é ainda um pouco difusa e de difícil definição pela complexidade em estabelecer uma definição “atemporal e apriorística” (Brandis, 2010, p. 313), com Daye (2005) a considerar a literatura de viagens um género “primo” dos guias de viagem. Por este motivo, deve distinguir-se quando a intenção do autor é a de apresentar uma cidade/país ou apenas conferir um carácter lúdico à obra em causa (del Río & Zúñiga, 2006). Enquanto o guia

de viagem oferece ao turista uma gama de informações com a capacidade de o inspirar, outras fontes fornecem uma informação mais fragmentada (Simon Wong & Gladys Liu, 2011). Cordeiro (2010, p. 82) considera que o livro de viagem “combina formas e estratégias típicas de outras manifestações literárias”, oscilando assim entre a função de fornecimento de informações práticas e a transmissão implicitamente subjetiva, ficcionada ou não. A autora considera ainda que a ambivalência funcional dos livros de viagem tem origens históricas, remetendo para o tempo em que este género de literatura englobava livros “para e sobre viagem e a escrita com os objectivos instrutivos de preparação de viagem não se distinguia da escrita sobre viagens realizadas” (Cordeiro, 2010, p. 83). Para Albuquerque-García (2011), a literatura de viagens pode ser dividida em factual e ficcional. A primeira desenvolve-se de acordo com acontecimentos que realmente decorreram, enquanto no caso do segundo, o relato parte de algo inventado, isto é, fictício. Por estes motivos, as “narrativas turísticas” podem ser localizadas numa grande variedade de fontes secundárias, desde a imprensa tradicional, *sites* na *web*, brochuras e guias (Rakić, 2012). Assim, **a dificuldade para definir este tipo de literatura remete para a respetiva génese**, ainda nos séculos XVII e XVIII. Desta forma, com estas obras surgidas no “entusiasmo de viajar para conhecer, de ler sobre viagens e de escrever sobre viagens vividas” (Cordeiro, 2010, p. 83), torna-se impossível encontrar uma fronteira precisa entre informações práticas e considerações pessoais. No entanto é certo que os relatos de viagens caracterizam-se pelo recurso à primeira pessoa, contrastando com os guias, onde o autor se “autoelimina” da narrativa numa escrita na terceira pessoa (Newcombe, 2019).

Apesar de, na atualidade, os turistas não esperarem que os guias sejam enciclopédias (Kenneth and Davis, 1934 *in* Travlou, 2002), na segunda metade do século XVIII, assiste-se a uma diminuição gradual do “espartilho normativo e programático da viagem enciclopédica” (Cordeiro, 2010, p. 84), para uma progressiva valorização estética e do lazer associado à viagem. Neste contexto, ao viajante filosófico, sucede o viajante emocional ou romântico, transferindo-se para a literatura de viagens a perspetiva pessoal do autor que, ao contrário da época anterior, não se inibe de adicionar elementos relativos aos acontecimentos que testemunhou e de os comentar (Cordeiro, 2010).

David Gilbert (1999) considera que, até ao início do século XIX, não existia uma distinção clara entre a literatura de viagens e os guias e, mesmo com o surgimento sistemático de guias, os dois mantiveram uma relação próxima. Desta forma, os **primeiros guias modernos são o resultado desta evolução e de uma progressiva autonomização**

da componente utilitária, “fundando um tipo de texto cuja essência definidora assenta na aspiração à não-ficcionalidade e na exigência de concisão e rigor informativos” (Cordeiro, 2010, p. 85), assim como do desaparecimento do debate filosófico-didático que era característico da literatura pedagógica. Todavia, Korstanje (2016) admite que, na atualidade, a literatura de viagens abrange um vasto campo que vai desde os guias de viagem até aos *bestsellers* de ficção.

David Gilbert (1999) sugere também que os investigadores têm prestado mais atenção à literatura de viagens do que aos “detalhes prosaicos” (Gilbert, 1999, p. 283) dos guias, nomeadamente, ao inconsciente uso de estereótipos.

Por fim, Buzard (1993a) considera que a distinção que hoje é feita entre guias de viagem e relatos de viagem, resulta dos esforços de Murray e Baedeker, já que antes deles, não havia uma distinção clara entre os dois tipos de literatura. Certo é que a literatura de viagens constitui hoje uma fonte privilegiada para o “estudo da confirmação e difusão de uma determinada imagem do outro” (Durand, 2005, p. 48), dada a polivalência do seu valor documental.

A anteceder os guias modernos, existem dezenas de obras descritivas e de relatos de viagens a Portugal, mas também obras que se apresentam ainda como guias com uma estrutura insipiente quando comparada com os chamados “guias modernos”, encontrando-se um breve levantamento dos títulos publicados na Tabela 5. Como exemplo de uma obra portuguesa que antecede os guias modernos encontra-se o livro “Viagens na minha terra” de Almeida Garrett que, no entanto, é publicado quando “os tempos míticos do Grand Tour já pertenciam ao passado e, concomitantemente, o relato de viagens do século XVIII e início do século XIX tinha sido substituído pelo moderno guia de viagem” (Coelho, 2000, p. 89). Porém, esta obra nunca teve pretensões de guia, apresentando na sua narrativa uma mistura entre ficção, relatos e opiniões pessoais sobre a paisagem, o país, o património e política.

Todavia **a fronteira entre géneros é de tal forma ténue** que, principalmente nos primeiros guias modernos, assistimos a uma realidade relatada por Pobes (2019, p. 24), isto é, “livros de viagens que apresentavam tantas informações práticas como um guia e guias que incluíam reflexões subjetivas características” dos livros de viagens .

Certo é que as obras que antecedem os guias modernos resultam da perceção do mundo filtrada pelo olhar e pela sensibilidade de um viajante em concreto, ao contrário dos

guias modernos que procuram dar a informação de uma forma neutra (Jemellin-Devanthery, 2006).

Independentemente das características que separam os diferentes tipos de discurso, Epelde (2004, p. 210) defende que a “crescente estetização da vida contemporânea” resulta num esbatimento das fronteiras existente entre eles.

Tabela 5 Obras que antecederam os guias modernos

Autor	Ano	Título
James Murphy	1795	<i>Travels in Portugal</i>
Henry Frederick Link	1801	<i>Travels in Portugal</i>
Robert Southey	1808	<i>Letter written during a journey in Spain and a short residence in Portugal</i>
Maj-Gen. Henry Mackinnon	1812	<i>A journal of the campaign in Portugal and Spain</i>
Graham	1820	<i>Travels through Portugal and Spain, during the Peninsular War</i>
Josiah Conder	1826	<i>The modern traveller a popular description, geographical, historical, and topographical of the various countries of the globe</i>
Rev. W. M. Kinsey	1829	<i>Portugal illustrated; In a series of letters</i>
?	1830	<i>Portugal; or the Young Travellers</i>
W.H. Harrison	1839	<i>The tourist in Portugal</i>
John Murray	1852	<i>Hints to Travellers in Portugal</i>

Finalizando, alguns autores tomam a iniciativa de esclarecer que as obras que redigiram não são guias. A título de exemplo, na obra “*Through Portugal*”, o autor admite que “não pretendia escrever um guia de viagem”, uma vez que, “aqueles que existem são, sem dúvida, suficientes para todos os propósitos” (Hume, 1907, p. xii). Hume, apesar de reconhecer que já existiriam guias de viagem suficientes, absteve-se de os consultar de forma a que as suas impressões do país não fossem “enviesadas, mesmo que inconscientemente, pelas opiniões dos outros” (Hume, 1907, p. xii).

3.2. A génese do guia

3.2.1. Dos proto-guias aos guias da época moderna

Ainda que Brandis (2010) defenda que se editam guias na Europa desde o século XVI, Cohen (1985) localiza a origem dos guias contemporâneos entre os séculos XVII e XVIII, com a origem do turismo moderno e o abandono do *Grand Tour*. Por sua vez, Towner (1984) aponta a fase final do *Grand Tour* como o período do despontar dos guias modernos. Durante o *Grand Tour*, os turistas também possuíam um “manual” de seis volumes com cinco quilos de peso, que era mais útil antes da viagem do que durante (Zuelow, 2016), ao contrário do que viriam a ser os guias. Certo é que, com o surgimento do *Grand Tour*, e a “invenção do turismo” (Boyer, 1996) moderno aumentou a procura por obras que fornecessem informações práticas sobre o destino, permitindo ao turista planificar a viagem e evitar contratempos (Pobes, 2019).

Cohen (1985) considera ainda que os antecedentes dos guias modernos são diversos, passando pela mitologia, literatura alegórica, história e geografia, enquanto Stäheli (2017) faz ainda referência às listas criadas para auxiliar a viagem. O **primeiro guia para turistas** é atribuído a **Pausanias**, por volta do ano de 150, para ajudar os Romanos, assim como os Gregos prósperos de Lydia, a desfrutar do património da Grécia Antiga (Bruce, 2010; Parsons, 2007; Zuelow, 2016). Esta obra, apesar de desprovida de conselhos práticos, “revelava já a ambivalência típica dos guias” (Cordeiro, 2010, p. 95), ao fornecer informações sobre a cultura e a arte helénicas, não descurando, no entanto, a preocupação de tornar agradável a leitura.

“The earliest recorded use of the term «guide-book» is in Lord Byron’s poem Don Juan (1823), but the use of «guide» to refer to a book rather than a courier is much older (...). The originator of the term «handbook» was John Murray II and, following the success of the little red volumes, the word was adopted by such rivals as Nelson’s in their «Hand-book for tourists» and, later in the century, Thomas Cook&Sons in «Tourist’s» or «Traveller’s handbooks» (...). (Vaughan, 1974, p. 62)

Para Rajohnson (2014) e Cordeiro (2010, p. 96), as peregrinações da Idade Média a Roma, Jerusalém e Santiago de Compostela já se faziam acompanhar por “parentes medievais do guia de viagem”, escritos em latim e mais tarde traduzidos em línguas

vernáculas. Todavia, Parsons (2007) considera que muitos trabalhos desta época são de um estilo misto, combinando relatórios pessoais, materiais copiados de outras fontes, *road book* e uma topografia devocional.

Mais tarde, durante as cruzadas, surge uma nova vaga de peregrinos e de relatos de viagem à Terra Santa com uma visão mais crítica dos locais e das tradições, sendo um dos guias mais influentes deste período o da autoria de Saewulf de 1102/3 (Campbell, 1991; Parsons, 2007). Todavia, nos séculos XVI e XVII, com o gradual processo de secularização e laicização da sociedade europeia, ganha importância a *Reisemethodik*, um movimento humanista do Norte da Europa que imediatamente se alastra ao resto do continente, o qual pretendia ensinar aos jovens a arte de viajar, demonstrando assim novas alternativas de mobilidade em relação à peregrinação, tornando a viagem um objeto intenso de teorização académica, sendo conhecido como *art of travel* em Inglaterra e *art de voyager* em França (Cordeiro, 2010; Paulino, 2013b). Surgem na Alemanha as primeiras obras dirigidas, verdadeiramente, aos viajantes não peregrinos, iniciando-se um período de literatura “apodémica”. Nesta nova literatura está presente um “incentivo à experiência sensorial, orientando e estruturando rigorosamente e pormenorizadamente esse processo de conhecimento”, afastando-se dos guias de peregrinação (Cordeiro, 2010, p. 97). Entre os finais dos séculos XVI e os finais do século XVIII, foram publicadas cerca de trezentas obras “apodémicas”, mantendo-se os guias como um género fragmentado (Parsons, 2007; Paulino, 2013b). É também neste período que é publicado aquele que é considerado o primeiro guia de Veneza em 1581 (Burns et al., 2010). No período moderno surgem ainda alguns guias de viagem que sugerem as grandes hospedarias, as cidades e vilas a visitar, como é o caso do “*Guide de chemins de France*” de 1552 ou do “*Le Guide des chemins d’Angleterre*” de 1579, assistindo-se ao nascer de um **novo conceito de viagem e de viajante** (Matos et al., 2012; Quinteiro & Baleiro, 2017). Todavia, Sousa (1994, p. 32) remete a origem do primeiro guia dedicado ao continente europeu, apenas para o século XVII com o guia “*Instructions for Forreine Travell*”, publicado em 1662 e da autoria de James Howell.

Nas primeiras décadas de existência dos guias modernos, as diferenças para as descrições de viagens não eram ainda claras, com Castel-Branco (2008, p. 109) a defender que o livro “*Lusitanian Sketches of the Pen and Pencil*” de William Kingston, poderia ser igualmente “considerado um guia e uma descrição de viagem”. Todavia, Newcombe

(2019) defende que, mais do que os relatos de viagens, o antecedente dos guias modernos é o *gazetteer*.

3.2.2. Do nascimento dos guias modernos à atualidade

“The Bible of tourism was the Baedeker guidebook [...]” (Koshar, 2000, p. 65)

Apesar de existirem algumas publicações dedicadas aos viajantes no século XVII, Matos e Santos (2004) e Matos *et al.* (2008) consideram que é no século XVIII que se desenvolve a publicação de guias de viagem, recorrendo ao exemplo do “*Guide du Voyageur par Angleterre et Hollande*” (1786), período em que surge a última obra “apodémica” de relevo que, de acordo com Cordeiro (2010), foi “*Apodemik oder die Kunst des Reisens*”, de Franz Posselt em 1795. Como admite Bergman (2012), os **guias anteriores a 1800 são raros**. O progressivo abandono das obras de carácter “apodémico” ou de peregrinação coincide com a preocupação dos jovens da nobreza em se prepararem para uma carreira na política ou diplomacia (Parsons, 2007). É então, no final do século XVIII, que alguns leitores “procuram na literatura de viagem algo mais do que informação” (Paulino, 2013b, p. 31), com a curiosidade e a vontade de conhecer o mundo a gerarem um público sedento de novidades. Menero (1999), porém, defende que é no primeiro terço do século XIX que a necessidade de contar com guias começa a ter sentido. É neste período que a informação factual vai dando lugar a uma visão romântica, com o cunho pessoal de quem observa. É a partir, então, da segunda metade do século XVIII que Cordeiro (2010, p. 84) identifica um “afrouxamento gradual do espartilho normativo e programático da viagem enciclopédica”, favorecendo uma **progressiva estetização da experiência**, ligando-a à assimilação emotiva da realidade exterior. Este período coincidirá também com o abandono do uso de “guias” residentes ou informadores, sucedendo a estes os guias em papel (Hughes, 1998).

The guidebook did not therefore come into the world fully formed but has had its particular historical gestation, reflecting the actions of publishers, changes in printing and publishing technology, and the development of market opportunities opened by increasing affluence and improved communication. (Hughes, 1998, p. 24)

No entanto, é só no século XIX que **Karl Baedeker** (1801-1859) é apontado como o responsável pela produção do **primeiro guia da era moderna**, com autores a indicar como ano da primeira edição 1832 (Hinrichsen, 2008) e outros 1835 (Bruce, 2010), criando

assim um guia para a classe média da Europa do Norte e tornando, na viragem para o século XX, o termo **Baedeker** **sinónimo de guia** (Bruce, 2010), já que este **padronizou** desde as capas à organização interior (Buzard, 1993a) aquilo que, no futuro, serviria de padrão para este tipo de obras. Esta divergência nas datas apontadas fica aparentemente a dever-se ao nome do autor-base da obra, Professor Johannes August Klein. Em 1832, Karl Baedeker adquiriu a editora de Friedrich Röhling, responsável pela publicação de uma obra dedicada ao vale do Reno, da autoria de Klein. Mais tarde, após a morte de Klein, publicou uma segunda edição da obra, “profundamente revista” (Koshar, 1998, p. 330) pelo próprio Baedeker em 1835. Esta edição é considerada por vários autores como o primeiro guia, ainda que a autoria só venha a ser assumida na 6.^a edição, em 1849. É também só no século XIX que a designação “guia” é usada neste tipo de obras (Bastos & Nova, 2012).

Todavia, alguns autores consideram que Baedeker pode não ter sido o verdadeiro criador dos guias modernos, mas quem popularizou este tipo de publicação (Bruce, 2010) e que, aliás, se terá inspirado em **John Murray III** (1808-1892) para o primeiro guia (Schaff, 2009). Karl, nascido em Essen, filho de um tipógrafo e vendedor de livros, estabeleceu-se como editor em Koblenz em 1827, tradição que se iria prolongar por quatro gerações da família (Gebhard, 1970). Entretanto, Murray, reconhecido como principal concorrente de Baedeker e o mais notável editor de guias britânico (MacKenzie, 2005), publica em 1836 a obra “*A Handbook for Travellers on the Continent*” (Bruce, 2010; Cordeiro, 2010; Goodwin & Johnston, 2012; Mendelson, 1985; Schaff, 2009; Withey, 1998) que já circulava entre os amigos desde 1829, incluindo a Holanda, a Bélgica e o norte da Alemanha (Vaughan, 1974) e que vendeu 10 000 cópias em cinco anos. Murray e Baedeker são considerados, **a par de Thomas Cook, os pais do turismo moderno**, trazendo conforto e segurança aos viajantes (Gilbert, 1999). Enquanto por um lado Cook ajudou os turistas, sobretudo no que diz respeito ao transporte, oferecendo uma “relativa democratização da viagem” (Buzard, 1993a, p. 47), contrariando assim a teoria de Veblen (1994), por outro lado, Murray e Baedeker, com a edição de guias que no início do século XX já vendiam aos milhares (Brendon, 1991), ajudaram os turistas a percorrer os seus itinerários de forma eficiente. Entre as duas editoras, quem inspirou quem, é uma matéria contraditória. Baedeker conhecia bem as obras de Murray, uma vez que as vendia na livraria que possuía, adotando-as como modelo, especialmente na forma exterior e na arrumação da informação nos dois guias que viria a publicar em 1839 (Cordeiro, 2010; Mendelson, 1985; Parsons, 2007; Withey, 1998). Servir-se-ia também da palavra

handbook, usada por Murray. O próprio Baedeker reconhecia essa inspiração em Murray, havendo até um pacto de não-agressão ao não traduzirem os guias para inglês e alemão, respetivamente. No entanto, a partir de 1861, a segunda geração Baedeker iniciou um ataque ao mercado britânico, traduzindo os guias em inglês e tornando-se no único a ter sucesso numa língua estrangeira (Goodwin & Johnston, 2012; Parsons, 2007). Segundo Buzard (1993a), as versões em língua estrangeira não eram apenas uma tradução literal da versão original, mas sim, uma adaptação ao público-alvo, espelho do perfeccionismo de Baedeker. O estudo desenvolvido por Jiménez & Postigo (2017) detetou precisamente esta realidade nos guias redigidos em espanhol e alemão. No entanto, Mackenzie (2005) e Whitney (1998) defendem que Murray viria também a seguir a organização e o tipo de informação de Baedeker, entre outros pormenores, assim como a grande quantidade de informação preliminar e, mais tarde, na adaptação de uma sistema de avaliação por estrelas. Certo é que, a partir da segunda metade do século XIX, se assiste a um processo de standardização dos guias, nomeadamente através de um formato uniforme, do *layout* (Bergman, 2012). De acordo com Sillitoe (2004), Baedeker vendia ainda os guias mais baratos e, apesar de serem menos duráveis e de terem um papel mais fino, possuíam mapas a cor, ao contrário dos de Murray que eram a preto e branco, sem escala e de leitura mais difícil. Pelo caminho, em 1854, Baedeker adota um formato exterior semelhante ao de Murray, com uma capa vermelha e letras douradas (Parsons, 2007; Withey, 1998), depois de algumas alterações iniciais (Buzard, 1993a) e que se manteria inalterado por um século (Gebhard, 1970). Inegável, no entanto, parece ser a ligação entre os primeiros guias modernos e a expansão dos caminhos de ferro, com os guias ligados à ferrovia a proliferarem a partir de 1830 (Lister, 1993; Matos, 2014; Parsons, 2007; Zuelow, 2016), tornando-se num elemento indispensável às deslocações (Smith, 2001), **fomentando a viagem individualizada e dotando-a de autonomia**, já que “se melhores estradas e a invenção do vapor ajudaram a tornar a viagem mais rápida, Murray ajudou a torná-la mais previsível” (Withey, 1998, p. 71). Oliveira Martins (2008, p. 98) defende que, precisamente na década 1830, o leitor inglês já se encontra acostumado ao uso de literatura de viagem. Neste sentido, o **turismo** torna-se num **ato de libertação e autocontrolo**, no qual os guias desempenhavam um papel fundamental (Koshar, 2000). Na Europa, o surgimento dos caminhos de ferro dá-se entre 1825 (Inglaterra) e 1844 (Suíça), mas o seu desenvolvimento será marcado por diferentes ritmos ao longo do continente (Buzard, 1993a), contribuindo certamente para o desenvolvimento lento deste género literário entre 1800 e a década de

1850 (Anisimov et al., 2016). São, no entanto, estes dois autores os responsáveis pelo cunho impessoal e sinóptico que, a partir da segunda metade do século XIX, este tipo de obras adquire (Ousby, 2002), numa época marcada por uma progressiva “rebelião contra o papel convencional dos roteiros e dos guias de viagem, por parte dos viajantes oitocentistas” (Cabete, 2010, p. 208). Esta recente realidade só seria possível pelo novo contexto e condições favoráveis criadas no pós-guerras napoleónicas e que trouxeram ao continente, entre outros, Ingleses em grande número, especialmente a Itália (Damien, 2003).

Ainda no século XIX as diferenças nos hábitos de viagem entre alemães, que se deslocavam menos e para destinos mais próximos do que os britânicos, irão refletir-se nas duas editoras, com Murray a possuir, em certo momento, guias para toda a Europa, Índia, Japão e Nova Zelândia, enquanto Baedeker cobria minuciosamente a Europa, no entanto, produzia edições em língua estrangeira, ao contrário da editora concorrente que, apesar de tudo, já detinha um vasto mercado (Lister, 1993; Withey, 1998).

A central irony in the histories of the Baedeker and Murray handbooks and the Thomas Cook company is that all three began with nearly heroic efforts of individual initiative and discovery. (Buzard, 1993a, p. 31)

Contemporâneos de Murray e Baedeker, os “*Guides Joanne*”, produzidos a partir de 1841 em França, tiveram na sua génese **Adolphe Joanne**. Bastante focados em aspetos culturais, artísticos e com a participação de especialistas (Satrústegui, 2005), mais tarde seriam vendidos à editora Hachette que, por sua vez, lhes viria a mudar de nome em 1919 para “*Les Guides Bleus*” (Morlier, 2011). Por esta razão, Otness (1980) considera-os uns descendentes indiretos dos Baedeker, continuando a tradição de objetividade e detalhe. É também neste período que surge aquela que foi, muito provavelmente, a primeira escritora profissional de guias, Mariana Starke (Peel & Sorensen, 2016a; Withey, 1998) e que estas obras se tornam num negócio lucrativo (Cormack, 2013). Assim, os “*Guides Joanne*” completam o círculo formado por França, Alemanha e Inglaterra como países originários dos guias modernos. Precisamente ao analisar os guias franceses, Vajda (2010) defende que, na segunda metade do século XIX, os mesmos refletiam uma viagem dirigida para a visualização de ruínas, igrejas, palácios, isto é, tudo o que estivesse relacionado com valor patrimonial. Murray e Baedeker são ainda contemporâneos dos “*Black Guide’s*”, publicados em Edimburgo a partir de 1840 e que se tornaram especialmente populares pelo

preço acessível (Schaff, 2009). Porém, Gebhard (1970) vai cronologicamente mais longe, defendendo que os guias modernos surgiram ainda no século XVII com James Howell na obra “*Instructions for Forreine Travell*” (1642).

Em termos literários, os primeiros guias são vistos como “**compêndios**” de **conhecimento de várias áreas**, como a geologia, a economia e a cultura, dirigindo-se a uma elite que procurava nas viagens um complemento à sua formação (Mahn, 2014; Matos & Santos, 2004). De resto, neste período a viagem era vista também como uma forma de exibição por parte das elites (Wilkins, 2012). Apesar de surgirem no contexto imperialista e nacionalista do século XIX e deixarem de forma subliminar uma mensagem sobre uma eventual superioridade da civilização da Europa ocidental, os guias confiáveis da época preservam um espírito de imparcialidade científica (Parsons, 2007). Nesta época, os guias surgem também como **ferramentas de emancipação e de nivelção cultural**, especialmente para quem não recebeu uma formação clássica (Kovacs, 2013; Palmowski, 2002). No último terço do século XIX, o guia irá diversificar-se com a multiplicação das práticas e dos destinos turísticos, assistindo-se a um desvanecimento do carácter literário em benefício do carácter utilitário da obra (Tchoukarine, 2005).

Para o surgimento dos guias modernos, Bruce (2010) identifica como fundamentais duas inovações saídas da revolução industrial: a propulsão a vapor e a industrialização da produção de livros. Ainda assim, vários autores consideram que os primeiros guias começam a dirigir-se a uma **classe social próspera, mas não aristocrática**, ao contrário da maioria das obras anteriores ao século XIX (Matos et al., 2008; Vaughan, 1974), refletindo, assim, as aspirações culturais (Parsons, 2007). Os guias são, então, um reflexo claro das alterações económicas, sociais, culturais e tecnológicas que, ao longo do tempo, foram sendo introduzidas nas viagens (Matos et al., 2008; Matos & Santos, 2004) que se foram democratizando. Reflexo dessas mutações, o número de publicações presentes no mercado irá aumentar significativamente, numa dinâmica apontada por Anisimov, *et al.* (2016) e por Antonescu & Stock (2014).

No início do século XX, os descendentes de John Murray vendem a edição dos “*Murray’s Handbook*” ao cartógrafo Edward Stanford por £2.000, numa época em que já cobriam toda a Europa, Rússia, Índia, Japão, Nova Zelândia, Palestina e Síria (Goodwin & Johnston, 2012). De acordo com Goodwin e Johnston (2012), a história da editora Murray pode ser dividida em três fases. A primeira fase vai de 1836 a 1858, durante o qual produziu os guias de França, Alemanha, Itália, Suíça, Espanha, Grécia e Portugal (1855). Apenas

9% dos guias implicaram perdas. Destes, só o guia que se debruça sobre Portugal apresentou perdas consistentes durante duas edições. Na segunda fase, entre 1859 e 1880, as perdas subiram para 46%, com 70 das 152 edições publicadas neste período a apresentarem prejuízos, aos quais não será alheio o crescimento da competição com Baedeker e a deterioração da qualidade dos guias Murray, quando na primeira metade do século se registara uma “evolução da qualidade informativa” (Branco, 2010, p. 6). Se inicialmente a associação próxima entre os guias Murray e a identidade inglesa os protegeu da competição continental com os guias Joanne de França ou Baedeker da Alemanha, a partir de 1859, uma maior concorrência, um preço mais alto do que os Baedeker e críticas negativas na imprensa irão contribuir para o definhamento dos *handbooks* da editora Murray (ver figura 5). Em meados do século XIX, um guia Murray teria um preço semelhante ao rendimento semanal de um trabalhador agrícola (Parsons, 2007), com as obras sobre destinos fora do Reino Unido a custar perto do dobro das que se debruçavam sobre destinos internos. Murray tentou ainda produzir uma versão mais acessível entre 1864 e 1872, mas acabou por falhar. No período final, entre 1881 e 1901, 69% das publicações apresentaram perdas. Esta fase coincide com a morte de John Murray III em 1892, período em que os guias se tornam menos elitistas. É também no final deste século que se assiste a uma gradual diversificação no que diz respeito aos autores e a um crescimento neste tipo de publicações que, sem o abandonar, foram dando menos atenção ao conteúdo educacional, focando-se mais em aspetos práticos e tendo uma vertente comercial visível na crescente quantidade de publicidade (Anisimov et al., 2016; Roberson, 2015).

Abria-se assim caminho para novas obras, como é o caso dos “**Guias Michelin**”, publicados pela primeira vez em 1900 ou os “*Shell Guides*” publicados a partir de 1933 e que, no pós-guerra, num acordo entre a gasolineeira e a editora Baedeker, viria a dar origem aos “*Shell Auto Guides*” (Koshar, 2000) impulsionados pela nova forma de mobilidade, o automóvel. Entretanto, em 1943, as instalações de Baedeker em Leipzig sofrem um incêndio com o bombardeamento efetuado pela Royal Air Force, o qual destruiu as pedras litográficas e todo o arquivo. Todavia, Hans Baedeker, com 71 anos, editaria ainda um guia para a própria cidade que seria confiscado pela ocupação Russa da zona (Parsons, 2007). No sentido inverso, os alemães levaram a cabo aqueles que são conhecidos como “*Baedeker raids*” (1942), bombardeando os edifícios e monumentos britânicos distinguidos com uma estrela Baedeker de forma a desmoralizar o adversário (Ousby,

2002). Na Alemanha Ocidental seria o neto de Hans, Karl Friedrich, a assumir a liderança da empresa e a recusar sucessivas propostas de venda da mesma.

Como seria expectável, Castro (2012) afirma que os guias impressos em cada século (XIX, XX e XXI) são representativos das condições que imperavam na altura. Castro (2012) e Pérez & Fernandes (2018) encontram nos guias do século XIX uma presença forte do romantismo, uma escrita descritiva e as primeiras ilustrações. Já no século XX, embora inicialmente a estrutura se mantivesse, pelos anos cinquenta começam a surgir ilustrações em maior número. É também nessa década que os guias começam a “exaltar o baixo custo e a flexibilidade do autocaravanismo” (Walton, 2013, p. 31). No que diz respeito ao presente século, Castro (2012) considera que os guias são mais completos e valorizam a imagem, além de serem pensados para responder a necessidades concretas, perdendo o carácter “baedekeriano” de objetividade autoritária e profunda, reproduzindo uma imagem consensual no que se refere às atrações e à qualidade das mesmas e dirigindo-se a um público mais amplo (Metro-Roland, 2011; Parsons, 2007). No século XX assiste-se também a um grande aumento na procura de viagens, a uma idiosincrasia na produção dos guias ao abordarem um determinado nicho e outros a abrangerem uma grande quantidade de informação, ocorrendo, assim, uma grande fragmentação na tipologia deste género textual (Parsons, 2007).

Com a evolução nas infraestruturas e nos tipos de transportes, Stäheli (2017) defende que as **bases fundadoras** deste tipo de literatura **mudaram drasticamente**. Efetivamente com a introdução da produção em massa do automóvel e do surgimento das autoestradas, emerge uma nova conceção de espaço, com os turistas a não dependerem dos horários fixos dos transportes públicos e a abandonarem os itinerários lineares (Bruce, 2010; Stäheli, 2017; Zuelow, 2016). Com esta transformação na forma como os leitores/turistas se deslocavam, os guias passaram, tendencialmente, a **conter listas organizadas por forma alfabética**, contrariando os tradicionais itinerários lineares (Bruce, 2010; Stäheli, 2017). Espelhando essa mutação, Birnbaum & Birnbaum (1989, p. xi) demarcam-se do **carácter enciclopédico dos primeiros guias**, nomeadamente os guias Baedeker, procurando um “tom mais contemporâneo, bem como uma organização e um foco [...] mais funcional”. Já no final do século XX, e fruto das transformações ocorridas na década de 1990, assiste-se ao surgimento dos **guias criados com um público feminino em mente**, apresentando conteúdos de interesse para o referido público (Fic, 2018). Por sua vez Barreira (2005), analisando os guias da cidade de Berlim, afirma que os guias da

últimas décadas são herdeiros dos catálogos do século XIX, readaptando a narrativa ao novo contexto.

Os guias tornaram-se, assim, nos “companheiros contemporâneos das descobertas das cidades” (Saunier, 1993, p. 35) mas também, de acordo com Gartner (1993), numa das oito fontes de informação para o turista, a saber, i) formas tradicionais de publicidade, ii) brochuras e outros materiais publicitários dos operadores e das *destination management organizations* (DMO), iii) aval dado ao destino por alguém famoso, iv) artigos sobre o destino presentes na imprensa escrita, v) exposição do destino nos mass media, incluindo guias, vi) passa palavra por parte de pessoas que estiveram no destino, vii) pedido de informação a alguém que conhece ou esteve no destino e viii) experiência prévia no destino.

Embora para alguns autores este tipo de obras sejam verdadeiras bíblias que sacralizam a experiência turística, Pérez (2012) defende, no entanto, que, de uma perspectiva crítica, estas obras foram sendo banalizadas nos seus conteúdos, mas igualmente desprovidas de rigor, criando regimes de mentira adaptados à realidade ocidental. De opinião diferente, John Taylor afirma que os guias são **frequentemente desprezados** por serem “aparentemente desprovidos de arte” (Taylor, 1994 *in* Gilbert & Hancock, 2006, p. 86) e vulgares. Mau grado, e tal como deteta Severo (2013), ao longo do tempo as estruturas dos guias foram sendo cada vez mais detalhadas, com um maior número de temáticas e com um maior peso das informações práticas.

O extenso período em análise faz com que, ao longo deste, os guias apresentem grandes diferenças e um conjunto de materiais informativos diversos (Tejero, 2018, 2016). De igual forma, o público-alvo e as funções destas obras foram sofrendo alterações, com as primeiras publicações a estarem claramente destinadas ao conhecimento do território nacional (Tejero, 2018).

Apesar do tom tendencialmente impessoal, os guias foram ganhando ao longo do tempo um discurso mais próximo do leitor. Tal como observa Garofalo (2012), os guias foram **renunciando ao tom didático e impessoal** para adotar uma abordagem **mais empática e dinâmica**. É, contudo, reconhecido o mérito dos primeiros guias no encorajamento dado aos turistas para que estes conhecessem novas rotas e meios de transporte (Piana et al., 2018), apoiando o desenvolvimento e o crescimento dos destinos.

Assim a investigação não tem um olhar único sobre os guias, encontrando-se esta espartilhada por várias áreas do saber. A investigação sobre os guias encontra-se, assim, dividida entre a investigação no campo da literatura e linguística, da geografia,

antropologia, história e arquitetura, demonstrando a versatilidade e riqueza dos guias como fonte de investigação (Antonescu & Stock, 2014; Durand, 2005; Gencarella, 2007; Gonçalves, 2008), apesar do olhar desconfiado de alguns autores (Beck, 2006).

A polivalência da investigação sobre os guias espelha também a forma como foram concebidos, atendendo a que os mesmos são reconhecidos pela sua multidisciplinaridade no que à autoria e edição diz respeito, assistindo-se a uma grande diversidade de *backgrounds* dos autores e das editoras. Este facto concorre também para a justificação da diversidade de abordagem a este género literário.

3.2.3. O caso português

Em Portugal, algumas das primeiras iniciativas para publicar guias estão **ligadas ao desenvolvimento dos caminhos de ferro**, nomeadamente o “Guia oficial dos Caminhos de Ferro de Portugal” (1882) ou o caso da “Gazeta dos Caminhos de Ferro de Portugal e Hespanha (1888)”, num conjunto de iniciativas que visavam promover as viagens de lazer e turismo (Matos, 2014; Matos et al., 2008; Matos & Bernardo, 2013; Matos & Santos, 2004), beneficiando do que Parsons (2007) apelida de eurocentrismo dos guias. Aproveitando o contexto, surgem ainda publicações como o “Guia Luso-Brazileiro do Viajante na Europa” em 1859, uma primeira edição do “Guia Oficial dos Caminhos de Ferro de Portugal” em 1874 e o “Guia Portátil do Viajante em Portugal [...]” em 1886. Todavia, existem guias sobre Portugal anteriores aos caminhos de ferro, ainda que as tiragens e o preço os tornassem pouco acessíveis (Matos et al., 2008; Matos & Santos, 2004). Nesse sentido, uma das primeiras obras sobre Portugal poderá ter sido, muito provavelmente, o “*Handbook for travellers in Portugal*” (1855), redigido pelo Pastor Anglicano John Neale (Lister, 1993; Parsons, 2007; Vaughan, 1974) e que “se tornou de imediato” (Sousa, 1994, p. 39) numa obra de referência para todos os britânicos que visitaram o país depois da sua edição. Esta obra, “cuidadosamente planificada”, expõe ao turista novecentista, uma “profusão de informações concretas, de carácter utilitário, absolutamente indispensáveis aos forasteiros” (Sousa, 1994, p. 45) e que fornecem ao viajante um conjunto de conhecimento básico sobre o destino. Castanheira (1996, p. 102) considera ainda “Mappa de Portugal (1745-1758)” de João Baptista de Castro um guia de viagens, todavia, à luz dos critérios usados no presente estudo, este apenas poderá ser

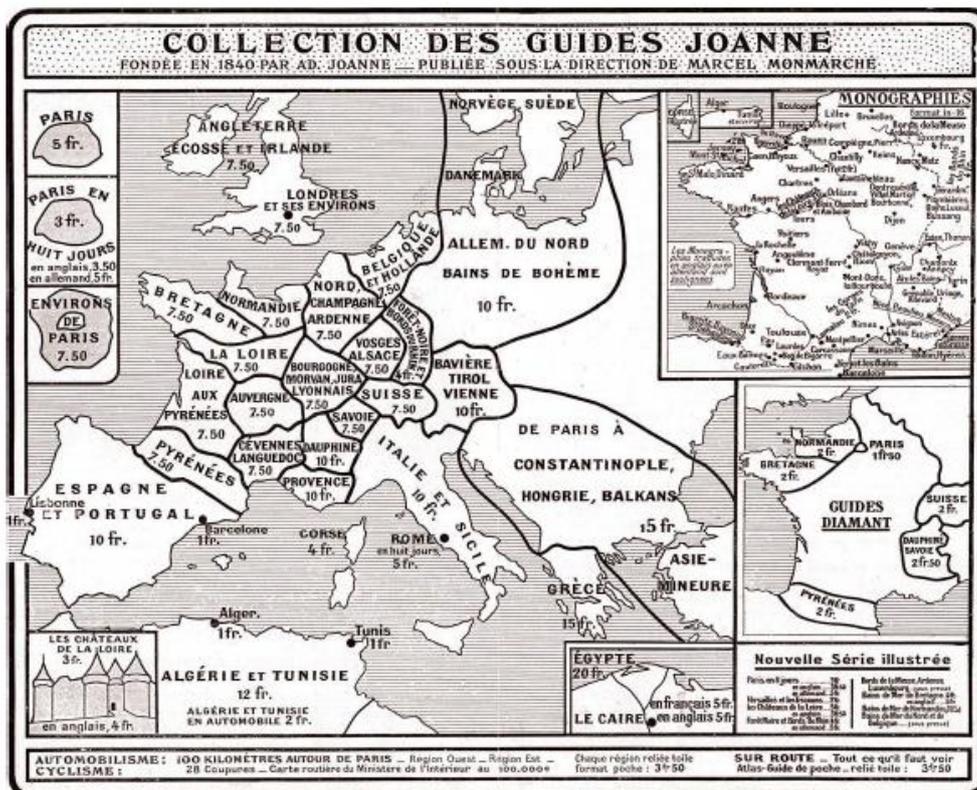
considerado um **proto-guia**, fornecendo algumas indicações e com o autor, na segunda edição da obra, a admitir que pretendia “não só instruir os Nacionais [...], mas especialmente para informar com individuação sincera os estrangeiros do estado verdadeiro do nosso País” (Castro, 1762, p. ii).

Baedeker só chegaria a Portugal e Espanha em 1898, oito anos depois dos “*Guides Joanne*” (Hachette) publicarem o “*Espagne et Portugal*” (ver figura 5). Este último guia em francês, da responsabilidade do “hispanista (Germond) Lavigne” (Lavour, 1970, p. 32), é precedido de uma obra de 1859 com o título “*Itineraire descriptif de l’Espagne et Portugal*” e em 1867 de “*L’Espagne et le Portugal*”. Em 1898, os guias Joanne dedicados à Península Ibérica mudaram de autor, passando a ser redigidos por Paul Joanne e Ernest Franco (Reviejo, 2014).

Mais tarde, será o **automóvel** a dar um novo impulso à publicação de guias, libertando os turistas das limitações associadas aos caminhos de ferro, com a primeira década do **século XX a ficar marcada pela edição de vários guias direcionados ao automobilista**. Neste contexto, surgem guias patrocinados ou editados por empresas relacionadas com o automóvel, com o primeiro guia Michelin sobre Portugal a surgir em 1910 “como forma de lembrar aos turistas com carros dos pneus Michelin” (Zuelow, 2016, p. 124), assim como, da autoria de Eurico de Oliveira, a série “Roteiros de Portugal” publicada a partir de 1956, com especial enfoque no automobilismo, visível também nas empresas que apoiaram a sua edição. Karpik (2000) divide o desenvolvimento dos guias Michelin em três fases. A primeira compreende o período entre 1900 e 1908, focada na técnica associada ao automóvel e de distribuição gratuita. Nesta versão inicial, as estrelas eram apenas usadas para indicar a classe ou custo dos hotéis, sendo ainda bastante rudimentar quando comparado com as edições posteriores (Lottman, 2003). O sucesso dos guias Michelin foi de tal forma assinalável que, em 1903, já eram impressas 60 500 cópias, levando a que, no ano seguinte, a grande rival alemã Continental lançasse o “*Guide-Itinéraires Continental*” (Lottman, 2003). Na segunda fase, entre 1909 e 1933, torna-se num verdadeiro guia turístico, concentrado no turista e no “objeto cultural”, ficando maior e melhor, atingindo na 13.^a edição as 758 páginas (Lottman, 2003). Por fim, após a morte de André Michelin em 1931 e apesar do interregno entre 1939 e 1945 imposto pela segunda guerra mundial, os guias entre 1934 e 1998 focam-se na gastronomia, tornando-se numa referência da área. Neste quadro, o primeiro guia Michelin para Portugal, enquadra-se na segunda fase de desenvolvimento dos referidos guias. Já nas informações disponibilizadas

online no site oficial, a Michelin subdivide a realidade ibérica em três períodos, com o primeiro a abranger os anos entre 1910 e 1938, com um guia de capa amarela, publicado em espanhol (embora exista uma edição em francês) e impresso em Espanha. Com o eclodir da guerra civil espanhola, só em 1952 volta a surgir uma nova edição bianual em espanhol e francês, mas agora editada em França. Entretanto, os guias deixaram de ser gratuitos em 1920, uma vez que os leitores não reconheciam qualidade a um guia gratuito. A periodicidade voltará a mudar em 1956, tornando-se anual, e em 1959 as capas passam a ser vermelhas. Por fim, em 1973, surge um novo período da história do guia Michelin dedicado à Península Ibérica, o qual decorre até aos dias de hoje. Ao surgimento dos guias Michelin no início do século XX não terá sido alheio o facto de a França ser, à época, líder mundial no uso do automóvel (Lottman, 2003). No período inicial do século XX surgem ainda outros materiais de edição estrangeira dedicados ao automobilista, como é o caso do mapa de 1905 da responsabilidade da *Colonial Oil Company* ou o “Guia automobilístico” de A.V. Patterson editado em 1906, enquanto no caso português, o primeiro guia dirigido

Figura 5 Coleções Guias Joanne em 1912



Fonte: Morlier, 2011

ao automobilista foi o “Guia das Estradas de Portugal”, de Elysson Mendes publicado em 1906, partilhando o protagonismo com outros (Matos et al., 2010).

Ao longo dos séculos XIX e XX, as editoras deixam transparecer também as mudanças no turismo, nos transportes e no desenvolvimento tecnológico. É também nesta conjuntura que surge em 1924 o “**Guia de Portugal**” da responsabilidade de Raul Proença e cujo desenvolvimento atribulado se iria arrastar por várias décadas.

Neste conjunto de alterações ocorridas ao longo das décadas iniciais da atividade turística em Portugal, encontra-se nas edições portuguesas uma “**forte correlação entre os ciclos políticos do país** e as imagens promocionais para fins turísticos” (Gonçalves, 2015, p. 92), enquanto em edições estrangeiras as variações se ficam a dever ao controlo metodológico efetuado sobre a autoria e a configuração dos ciclos do turismo internacional. A comprovar a correlação entre os ciclos políticos e a produção de guias sobre Portugal, bastaria lembrar que, mormente **durante o período do Estado Novo, parte das obras são editadas por órgãos do estado**, como a “Cartilha da terra portuguesa” e o “*Bird's eye view of Portugal*” editados pelo Secretariado Nacional de Informação (SNI) nos anos de 1950 e 1951, respetivamente, ou o “*Portugal: a country worth getting to know*”, publicado pela Secretaria de Estado da Informação e Turismo (SEIT) em 1972.

Uma das características dos guias é a sua portabilidade, preocupação já demonstrada por Carlos d’Ornelas em 1940. Gonçalves (2008) encontra, desde o início do século XX, uma atenção dada à portabilidade dos guias, tendo os guias de Lisboa da época uma média de 159 páginas e dimensões que se situam entre 23cm e 14cm. Gonçalves (2008) deteta também uma escassez de guias sobre Lisboa, de autoria portuguesa, a partir do início do século XX e a sua completa ausência na década de 1970.

A edição de guias de iniciativa estrangeira mantém-se constante ao longo do período em análise, sendo de destacar um maior número de publicações estrangeiras sobre Portugal do que de autores nacionais. O levantamento efetuado torna também visível a constante **partilha de guias com Espanha** ao longo do tempo, levando a que em 1912 a autora Aubrey F. G. Bell admitisse que com “**demasiada frequência Portugal é considerado como uma continuação, e por vezes como uma província de Espanha**” (Bell, 1912, p. V). Aliás, Cabete (2010) deteta nos guias franceses do início do século XX que Portugal ainda era apresentado como um **complemento da viagem a Espanha**. Todavia, Birnbaum & Birnbaum (1989) admitem que a primeira coisa em que um turista em Portugal reparará é que não se encontra num subúrbio de Espanha, apesar do guia ser

dividido com este país e de, em alguns casos em que se observa a partilha da obra, ser dado um destaque maior ao país vizinho. Com efeito, essa realidade está bem presente na figura 5, onde é visível a divisão da Europa feita pelos guias Joanne em 1912. Enquanto o centro da Europa se encontra profundamente retalhado por regiões, à Península Ibérica é atribuído apenas um volume que inclui Espanha e Portugal, sem qualquer fronteira política.

A próxima secção permite fazer a ligação entre o desenvolvimento dos guias e evolução do perfil do turista ao longo do período em análise, compreendendo melhor o contexto em que estas obras foram concebidas e publicadas, assim como a quem se dirigiam.

4. O turista e o turismo nos séculos XIX e XX

O processo de globalização do turismo é normalmente visto como sendo constituído por diferentes períodos que, contudo, variam entre os diferentes autores, variando também de acordo com os países.

Esta análise seguirá a divisão dos dois séculos abrangidos pela presente investigação, sendo no seu interior discutidas as diferentes divisões temporais. O estudo do período inicial do turismo esbarra em vários problemas, entre eles a inexistência de estatísticas que nos permitam ter uma visão mais próxima do desenvolvimento da indústria do turismo (Antonescu & Stock, 2014).

4.1. O turismo oitocentista

O ser humano sempre viajou, ou melhor, sempre se deslocou, por diferentes motivos, entre eles a necessidade de sobrevivência ou por causa dos conflitos. Por questões de lazer, a atividade remonta à antiga Grécia e ao Império Romano (Page & Connell, 2014; Wang, 2000; Zuelow, 2016). Todavia, para vários autores, o turismo é um fenómeno essencialmente moderno, com origem no século XVIII (Cunha & Abrantes, 2013; Wang, 2000; Zuelow, 2016), coincidindo com o *Grand Tour* que se virá a prolongar até ao início do século XIX, permitindo a uma elite de aristocratas viajar pela Europa por questões, sobretudo, educacionais. Esta prática era uma significativa “expressão de riqueza” (Zuelow, 2016, p. 23), com os envolvidos a dispender grandes quantidades de dinheiro na sua deslocação. De qualquer forma, Zuelow (2016) e Cunha (2013) consideram que a sociedade moderna de consumo começou apenas na segunda metade do século XIX, apesar de outros autores (Gyr, 2010) considerarem que terá começado antes. Dada a incerteza quanto ao início da era moderna do turismo, Page & Connell (2014) consideram que não é possível marcar com precisão o momento em que o turismo se tornou na atividade que é hoje. No entanto, e apesar da Agência Abreu ter surgido em 1840, vários autores consideram que o arranque definitivo do chamado “**turismo moderno**” dá-se com Thomas Cook (Butler, 2010; Evans, 2009; Franklin, 2003), criador, segundo os mesmos, da primeira viagem agenciada em 1841, e com a Revolução Industrial que permitiu a criação de novas formas de deslocação, **resultado da mecanização e da produção em massa**, num período

que Buzard (1993a) considera situar-se entre 1820 e 1850, tornando-se numa das “autoridades” com mais visibilidade no turismo durante a década de 1860, década essa considerada como o “período de explosão” (Vincent, 2012, p. 99) dos guias franceses, guias esses que, de acordo com Peter & Tétart (2003), transmitem a forma britânica de encarar o turismo. No entanto outros autores consideram que o turismo moderno se terá iniciado por volta de 1830 (Spode, 2003 *in* Antonescu & Stock, 2014). Certo é que a **máquina a vapor** veio, desta forma, alterar de forma radical os padrões do turismo e da viagem (Zuelow, 2016) em terra e no mar, permitindo a deslocação entre continentes, mas também no seu interior, de forma bastante mais rápida e a baixo custo (Buzard, 1993a). Impulsionada pelos novos desenvolvimentos tecnológicos (ver tabela 6), a segunda metade do século XIX fica marcada pelo início da coordenação entre diferentes transportes terrestres e aquáticos, sendo apontado o **período que se segue a 1870** como o **nascimento do turismo industrializado**. Testemunho da coordenação criada neste período é também o acordo feito por Thomas Cook com as autoridades francesas, permitindo que a bagagem dos passageiros que entrassem no país seguisse diretamente para outro destino (Buzard, 1993a). Nesta época de desenvolvimento tecnológico acelerado e de início da era da democratização do turismo, o final do século XIX é considerado, por Galani-Moutafi (2000), como o **período de declínio da viagem** e de **ascensão do turismo de massas**. A introdução da obra de Ignacio Lemos espelha bem as mutações ocorridas à época:

E viajar não é mais uma temeraria empreza daquelles tempos inauditos, que nos obrigava a velejar á mercê dos ventos e tempestades, enjoado e faminto, dias, dias, mezes e annos, sem calculo, nem fim. Viajar não é mais desbravar rudes caminhos, e silvestres azinhagas, sobre pesadas alimarias, cahindo aqui no obice do atoleiro, erguendo-se acolá para soffrer o chouto incommodo do manhoso animal; e quantas vezes sem pouso nem guarida era-se presa da fome, e da tempestade! Hoje, que é o viajar? Ha nada mais aprazível, economico e confortavel?[...] Viajar é [...] o pensamento dominante desta época” (Lemos, 1859, pp. XXI–XXII)

A sociedade britânica desempenha, assim, um papel fundamental no desenvolvimento do turismo neste período, já que o *tourist* começou por ser um viajante inglês que se deslocava por prazer e instrução e, posteriormente, o turismo moderno foi impulsionado pelas inovações introduzidas por Thomas Cook.

Tabela 6 Características do turismo do século XIX

Época	Formas de turismo	Fatores impulsionadores	Participantes
Século XIX	Spas; Turismo Costeiro; Turismo Urbano; Aumento do interesse em áreas selvagens; Desenvolvimento do turismo de negócios.	Novas tecnologias, o barco a vapor torna as áreas urbanas e costeiras mais acessíveis ao mercado de massas a partir de 1840; Custos reduzidos de viagem; Aumentos dos tempos livres na mão-de-obra industrializada.	Uma crescente diferenciação social (alta, média e classe trabalhadora) com distintas formas de turismo: o turismo torna-se num produto de consumo no período final da Era Vitoriana.

Fonte: Adaptado de Page&Connel (2014)

Desta forma, Cunha (2013) propõe a divisão do desenvolvimento do turismo em três fases (analisar figura 6), sendo que duas abrangem o período em estudo na presente investigação. A idade moderna inicia-se no século XIX, período marcado, como referido anteriormente, pela Revolução Industrial e no qual surgirão os primeiros hotéis (em substituição dos albergues e hospedarias) e restaurantes.

Figura 6 Fases de desenvolvimento do Turismo



Fonte: Cunha, 2013

O final do século XIX, a *Belle Époque*, ficará marcado por novas transformações, como o surgimento do telégrafo, do telefone, do automóvel, do avião e por uma extensa rede de caminhos de ferro, que viriam a permitir o abandono do carácter nómada que caracterizava a viagem (Cunha, 2010, 2013). Estas alterações atuaram também como **catalisador de alterações sociais e económicas**, como a diminuição do tempo de trabalho e o surgimento do direito ao repouso semanal, impulsionando o conceito de lazer. As transformações referidas permitiram também o acesso às viagens a novos e mais alargados estratos populacionais (Cunha, 2010). Neste período, os destinos são, sobretudo, **estâncias termais**, mas também **estâncias balneares na costa**.

Para o turista oitocentista, as atrações existentes na Europa representavam um grande fator de interesse, não só pelas diferenças em relação ao existente no país de origem, mas também pelos conhecimentos culturais que dessa viagem provinham. A ênfase do Romantismo na viagem como fator diferenciador não substituiu, no entanto, por completo os ideais antigos ligados à viagem, misturando-se com eles e criando uma amálgama altamente paradoxal (Buzard, 1993b). Enquanto o viajante do período Neoclássico sentiria que o ritual do contacto como uma reprodução das origens clássicas, o turista do pós 1815 estaria assoberbado com o dilema “*belatedness*” (Buzard, 1993b, p. 31) do Romantismo. Por este motivo, o turista do pós-Romantismo procurou novas formas de recolher reconhecimento, afastadas das associações feitas à viagem nos períodos anteriores. Nesta fase embrionária do turismo de massas, é possível encontrar dois grupos responsáveis pelo incremento da “turistificação”, a aristocracia e a nova classe média (Gyr, 2010) que, com frequência, buscavam locais associados ou espelhados em pinturas, nomeadamente em Itália (Månsson, 2009), mas também na Suíça, “países de extraordinária beleza” (Gama, 1886, p. 7). Este período também se diferenciara do anterior no que diz respeito às áreas que atraíam turistas. Se antes do Romantismo as áreas montanhosas e selvagens eram vistas como locais perigosos e indesejáveis, a atitude veio a mudar graças, entre outros, aos trabalhos dos poetas da época (Butler, 2015).

Neste século o termo “turista” assume o significado de “aquele que faz um *«tour»* ou *«tours»*, especialmente aquele que o faz por recreação ou aquele que viaja por prazer, por um objeto de interesse, paisagem ou por gosto” (Bhatia, 2006, p. 55). Desta forma, o turismo oitocentista encerra em si, **motivações próprias e distintas das encontradas em épocas anteriores**, caracterizando-se pelo culto da evasão, o pendor para o isolamento e o gosto pela autenticidade, estimulando, assim, a atração por novos destinos longínquos e exteriores à cultura europeia (Cabete, 2010).

4.2. O turismo novecentista

No início do século XX assiste-se à **consolidação da atividade turística** e ao reconhecimento da importância desta atividade na Europa, com a **criação de organismos de promoção** e organização no setor (Cunha, 2013), com o reconhecimento dos direitos dos trabalhadores e com a melhoria do sistema de transportes, mas também graças à

produção e consumo em massa (Sezgin & Yolal, 2012). Porém, no primeiro quarto deste século, o **turismo era ainda uma atividade elitista**, para os indivíduos com maiores posses económicas, mas também, com mais tempo livre (Bhatia, 2006).

Tabela 7 Características do turismo do século XX

Época	Formas de turismo	Fatores impulsionadores	Participantes
Século XX	Todas as formas da Era Vitoriana e expansão das viagens marítimas	Redução dos custos das viagens por terra e mar, bem como o prestígio e <i>status</i> associados às viagens ao estrangeiro: Crescimento da presença do automóvel a partir da década de 1930 torna outras áreas acessíveis; O surgimento do avião a jato nos pós 1950.	Gradualmente, novas formas de turismo tornam-se acessíveis a uma população mais vasta, nomeadamente através do turismo de massas que se forma na década de 1950 nas áreas costeiras.

Fonte: Adaptado de Page&Connel (2014)

Depois do final da primeira Guerra Mundial, o turismo conheceu uma “prosperidade flutuante, depressão e recuperação” (Page & Connell, 2014, p. 32). Apesar de estarem reunidas as condições para tornar o turismo numa atividade à escala planetária, durante a primeira metade deste século as duas guerras mundiais e a recessão económica da década de 1930 marcaram a evolução do setor em termos de fluxos, a nível económico, mas também tecnológico, levando a que o período que medeia entre 1914 e 1945, seja considerado um dos mais importantes no desenvolvimento no século XX (Cleave, 2012). Todavia, é igualmente neste período inicial do século XX que a Organização Internacional de Trabalho (OIT) estabelece numa convenção o princípio das **férias pagas** que, posteriormente, seria reconhecido pela Declaração Universal dos Direitos do Homem (Cunha, 2013).

No pós segunda guerra mundial, os **avanços tecnológicos foram de grande escala** (ver tabela 7), refletindo-se decisivamente no rumo que o turismo tomou, agora sim, à escala planetária, nomeadamente com o contributo do avião a jato e dos voos *charter*, deixando o mesmo de ser um privilégio ao alcance apenas dos mais abastados (Richarson, 2012; Towner, 1995). Para o progresso do turismo neste período contribuíram também o

rápido progresso económico da década de 1950 e as **mudanças culturais e políticas** que conduziram a uma aproximação cultural entre os povos sem precedentes (Cunha, 2013; Page & Connell, 2014).

Dada a complexidade do desenvolvimento do turismo no pós guerra, Cunha (2013) e Page & Connell (2014) propõem uma divisão semelhante deste período.

- **Alterações produzidas entre 1945 e 1970-1973**: neste período regista-se a ascensão de um grande número de países à independência, á fundação da Organização das Nações Unidas (ONU), e ainda o grande crescimento da produção mundial e do rendimento real por habitante. Decorrente das alterações conjunturais, o turismo beneficiou de um maior tempo livre e rendimento disponível nas famílias. Inicia-se a massificação das viaturas pessoais e as viagens aéreas desenvolvem-se rapidamente. Entre 1950 e 1960 surgem grandes alterações na natureza da viagem com a introdução do pacote turístico, com recurso a voos *charter*. A televisão e a rádio desenvolvem-se, em especial a publicidade em televisão que, gradualmente, será usada pelos operadores. Assim, o turismo transformou-se numa das atividades com maior volume de negócios nos países industrializados, principalmente na Europa.
- **Alterações ocorridas entre 1973 e 1990**: Page & Connell (2014) consideram este terceiro momento apenas como “pós-1970”. Além do crescimento acelerado no período anterior ter criado grandes disparidades entre os países industrializados e os países em vias de desenvolvimento, viriam também a surgir novos problemas neste intervalo. Em 1973 surge a “crise do petróleo”, pondo fim à era do petróleo barato. Assiste-se também a um aumento da tensão política entre os países, mas, ao mesmo tempo, verifica-se a queda das últimas ditaduras da Europa e da América Latina. Neste contexto, a indústria turística sofreu alterações estruturais e viu o ritmo de crescimento desacelerar, com o tempo de viagem a reduzir-se e a procura de alojamento com preços reduzidos. Durante este período os turistas passaram a procurar programas de férias com inclusão de atividades culturais e desportivas, bem como viagens temáticas.
- **Alterações ocorridas a partir de 1990**: a partir de 1992 a economia mundial entra em recessão, resultando daí uma maior crise económica no pós segunda guerra mundial. Na Europa surgem novos países e redefinem-se fronteiras pela queda do muro de Berlim, pela desintegração da Jugoslávia e da União Soviética. A Europa

perde a quota dominante no número de turistas a nível mundial, enquanto os países orientais crescem de forma acelerada.

Certo é que o turismo experimentou uma **grande mudança nas décadas de 1950 e 1960**, com a introdução dos pacotes turísticos servidos por serviços de voos *charter* e a introdução do conceito de campo de férias (Page & Connell, 2014). Page & Connell (2014, p. 36) defendem ainda que, da década de 1970 até aos dias de hoje, se assistiu a:

- a) Uma ainda maior internacionalização e globalização do turismo;
- b) Mudanças tecnológicas;
- c) Legislação ambiental;
- d) Um crescente reconhecimento político dos impactos económicos do turismo;
- e) Um aumento nos consumos;
- f) Surgimento de novos tipos de consumidores;
- g) Mudanças nos produtos;
- h) Desenvolvimento do marketing, pesquisa e informação.

Além de impulsionada pelas razões referidas anteriormente, a natureza do turismo e do turista foi alterada de forma especial entre as décadas de 1960 e 1980 com o surgimento de uma política de marketing de “**orientação para o consumidor**”. Contrastando com a segunda metade do século XIX, este período irá ficar também marcado pela busca do **turismo cultural**, resultado da democratização do acesso, não só ao turismo, mas também à cultura que, por sua vez, também se ficará a dever ao acesso a um maior nível de educação por parte da população (Richards & Munsters, 2010).

4.3. Breve resenha sobre o turismo em Portugal nos séculos XIX e XX

De acordo com Brito (2003), a fase embrionária do turismo em Portugal terá tido início no período de cento e cinquenta anos que medeia entre o início do século XVIII e o final da primeira metade do século XIX. Assim, e de acordo com o mesmo autor, **entre 1700 e 1850, irá desenvolver-se em Portugal o embrião do conjunto de atividades humanas englobadas no turismo.**

Para Martins (2015) é difícil traçar um perfil do turista costeiro do século XIX em Portugal, dada a falta de informação sobre o mesmo. Contudo, é possível afirmar que os primeiros visitantes regulares da costa eram **nobres e clérigos**, membros das classes sociais dominantes e de uma **burguesia endinheirada**, procurando, nomeadamente, Cascais, apesar de Portugal permanecer um país periférico a nível cultural e geográfico durante o *Grand Tour*, mesmo para viagens no interior da Europa (Paulino, 2013a). Contudo, quando comparado com o turismo costeiro britânico e francês, Portugal **encontrava-se num lento processo de crescimento** (Martins, 2015). Gama (1886) defende que, pela sua posição geográfica e pela dificuldade de comunicações, se explicava que Portugal fosse **tão pouco visitado por estrangeiros** até poucos anos antes e seriam raros os portugueses que passavam de uma província para outra com o intuito de desfrutar da natureza, obras de arte e monumentos históricos. Ainda assim, Portugal atraía durante o século XIX comunidades inglesas relacionadas com o negócio do vinho do Porto para as praias da Foz do Douro e, mais tarde, Leça da Palmeira (Walton, 2013). Justamente no que diz respeito às praias, Gama (1886, p. 8) rejubilava por, em finais da década de 1880, as “nossas magnificas praias e aguas medicinaes” atraírem muitos estrangeiros e as novas linhas de caminhos de ferro facilitarem as deslocações.

De acordo com Cunha (2013, p. 58), **“Portugal descobriu cedo o interesse e a importância do turismo”**, contudo, só adotou medidas para a promoção do país depois do desenvolvimento da mesma nos restantes países europeus da zona mediterrânica. Este facto leva a que o mesmo autor considere que o **desenvolvimento do turismo em Portugal se dê a partir de 1900** (ver figura 7). Seria, aliás, em 1907 que surge o primeiro cartaz genuinamente dedicado ao turismo em Portugal (Pina, 1988). Como admite Pina (1988), urgia prover o turismo nacional com estruturas e equipamentos que atraíssem e fixassem o visitante, já que o país se encontrava carente de uma organização específica, com uma circulação penosa na vias de comunicação e um parque hoteleiro arcaico e de baixa capacidade. Neste contexto, o reconhecimento institucional da importância do turismo para Portugal surge em **1911**, com a **criação da Repartição de Turismo de Portugal** no Ministério do Fomento, permitindo ao Governo a intervenção no desenvolvimento das atividades turísticas (Brito, 2011). Até então, o turismo em Portugal basear-se-ia nas estâncias termiais, a nível interno, e na Madeira e Lisboa para o turismo internacional, com a promoção a cargo da **Sociedade de Propaganda de Portugal (SPP)**, instituição de iniciativa privada existente desde 1906 e que veio a representar uma pedrada no charco

(Cunha, 2013; Pina, 1988). Durante algum tempo, os dois organismos, oficial e privado, coabitam e colaboraram pontualmente, mas mantendo as respectivas autonomias. É também neste período que surge o projeto da **primeira estância de turismo portuguesa** pela mão de Fausto Figueiredo em 1914. Este empreendimento no **Estoril** seria composto por **praia, termas e jogo**, numa zona privilegiada, pela proximidade à capital, pelo seu movimentado porto e pela vizinhança a Sintra (Pina, 1988).

Figura 7 Fases de desenvolvimento do turismo português



Fonte: Cunha, 2013

Os efeitos da Primeira Guerra Mundial não se fizeram esperar, produzindo efeitos nefastos a nível económico e político. No entanto, em Portugal surgia progressivamente um novo destino e fator de atração, Fátima. Em paralelo ao conflito mundial, a instabilidade política, social e económica do país neste período contribuiu para perturbar a procura turística de Portugal. Em 1920 a estrutura oficial de turismo é reestruturada com a criação da Administração-Geral das Estradas e do Turismo, integrando o Ministério do Comércio e Comunicações. Oito anos depois é criada a **Repartição de Jogos e Turismo**, desta vez já sob a alçada do Ministério do Interior para onde fora transferida a tutela política do turismo em 1926, prolongando-se até 1939, em pleno Estado Novo. Nesse ano, os serviços de turismo transitam para a **Sociedade da Propaganda Nacional (SPN)**, organismo criado em 1933, que, por sua vez, viria a ser substituído pelo **Secretariado Nacional de Informação, Cultura Popular e Turismo (SNI)** em 1944. Este último encontrava-se integrado na Presidência do Conselho de Ministros e foi extinto em 1968.

Seria também no início da década de 1930 que viria a surgir a **Comissão de Propaganda do Turismo de Portugal no estrangeiro**, à qual se seguiu a criação das **Casas de Portugal e da Fundação Nacional para a Alegria no Trabalho (FNAT)**. Este último resulta do exemplo de outros países europeus, nomeadamente do “*Kraft durch Freude*” (KDF) da Alemanha Nazi e da “*Opera Nazionale Depolavoro*” criada em Itália em 1925 durante o regime de Mussolini. No período posterior à Segunda Guerra Mundial e à Guerra Civil de Espanha, os turistas internacionais que chegavam ao país eram sobretudo ingleses reformados ou de baixos rendimentos (Cunha, 2013), proveniência esta

com tradição no turismo de sol e mar desde o século XVIII (Walton, 2013). Apesar dos esforços desenvolvidos durante a primeira metade do século XX, Cunha (2013) reconhece que **Portugal não conseguiu alcançar uma posição de relevo no turismo mundial**, havendo ainda muito por investigar sobre o turismo português desse período (Martins, 2015). Noutra perspetiva, Costa (2013, p. 54) considera que as políticas de propaganda do Estado Novo com recurso ao turismo foram “parcialmente bem sucedidas” entre os turistas estrangeiros. É também na década de 1930 que se torna visível a **inversão na procura das termas em favor das praias**. Ainda assim, a “primeira metade do século assiste a um segundo e derradeiro fôlego do estilo termalista” (Pina, 1988, p. 45), invertendo uma tendência que vinha a consolidar-se desde o século XIX (Brito, 2003). O primeiro quartel do século XX ficou marcado por dois entraves ao desenvolvimento do turismo: a **deficiência de transportes**, já que a malha viária era herdada do final do século XIX e concebida para o tráfego animal, e a **incapacidade do alojamento para acomodar dignamente os turistas**, refletida no número de unidades existentes (Pina, 1988). À saída deste primeiro quarto de século, surge a primeira companhia aérea regular portuguesa, os “**Serviços Aéreos Portugueses**” (SAP) em 1927, ligando Lisboa, Madrid e Sevilha.

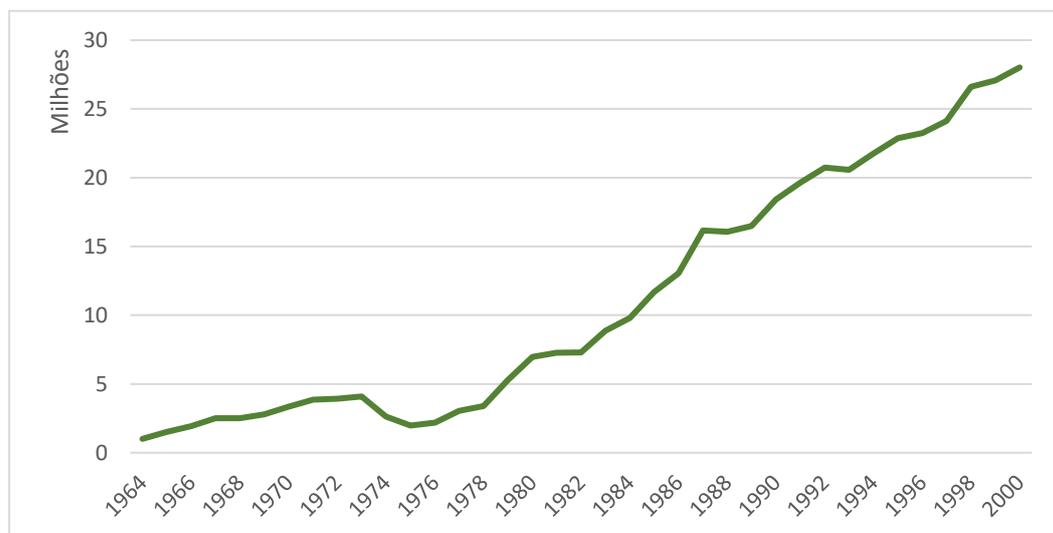
A década de 1930 viria a ser um período de transformações a vários níveis, desde logo políticos. Surge o Estado Novo, a Guerra Civil de Espanha e, por fim, a Segunda Guerra Mundial. Neste período, a “máquina institucional do turismo” ficou acantonada no “assoberbado e indiferente Ministério do Interior” (Pina, 1988, p. 79), conduzindo a uma crescente importância do SPN e do seu responsável, **António Ferro**. É neste ano que é também aprovada a primeira Lei hoteleira do turismo português que permitiu estabelecer a diferença de categorias entre hotéis, pensões e hospedarias (Brito, 2011). Mais tarde, em 1939, o SPN viria a ficar subordinado ao Conselho de Ministros. Em 1944, transformou-se em SNI, proporcionando a António Ferro três armas propagandísticas: a cultura, a comunicação social e o turismo. A neutralidade de Portugal durante a guerra permitiu a milhares de europeus encontrarem um refúgio no nosso país, nomeadamente nos hotéis de Lisboa e Estoril. Neste contexto, um guia de carácter propagandístico da autoria do SPN congratula-se com o facto de as recentes modernizações decorridas no país, nomeadamente a nível da hotelaria, permitirem a receção de milhares de pessoas em trânsito.

It is astonishing how Portugal managed to handle such a tremendous amount of people in transit through the country during this war and this is a point in favour of the modernizing arrangements of all the hotels mentioned above. It proves also that in future the hotel business will be able to deal efficiently with any amount of tourists who decide to come to Portugal.(SPN, 1941, p. xiii)

Este período assistiu também ao advento das Pousadas de Portugal, ao ser inaugurada a primeira em 1942 em Elvas, apesar das críticas pela escassez de transportes por falta de combustíveis e ao racionamento alimentar (Pina, 1988). Seria também na década de 1940 que surgem os “**Transportes Aéreos Portugueses**” (TAP) com o contributo decisivo de Humberto Delgado.

Com o fim da guerra em 1945, a conjuntura internacional e política altera-se, levando a que Ferro se afaste pela impossibilidade de levar a cabo por mais tempo o “acanhado ideário transmitido pela política de espírito do sistema vigente” (Pina, 1988, p. 101).

Gráfico 1 Número de estrangeiros entrados pelas fronteiras



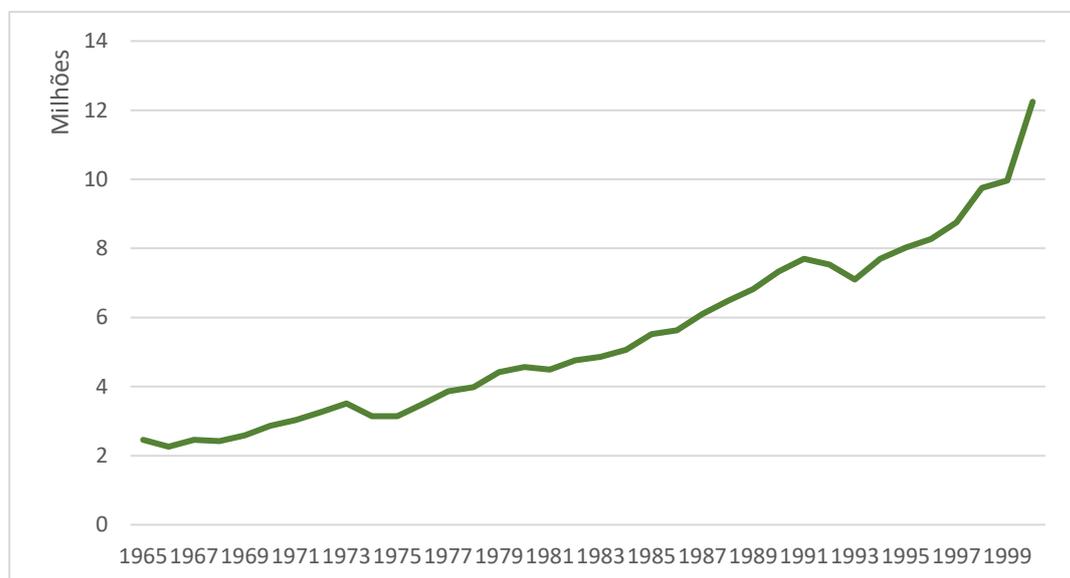
Fonte: INE/DGT - Elaboração própria

À entrada da segunda metade do século XX, o número de turistas em Portugal continuava a ser **bastante reduzido**, apesar das reconhecidas apetência do país para o turismo. Contudo, e apesar do reconhecido atraso e isolamento político em relação à restante Europa, as medidas tomadas na década de 1950 fizeram com que o **número de turistas duplicasse em três anos**. Fruto também das novas políticas de turismo, em 1952

existiam já 83 zonas de turismo da responsabilidade das **Comissões Municipais ou das Juntas de Turismo**, com o país a enveredar por uma gestão mais moderna e planeada do turismo (Cunha, 2013; Pina, 1988). Nesta década são também lançados os **Planos de Fomento** que viriam a ser decisivos para a “**reestruturação institucional do turismo**” (Pina, 1988, p. 165), embora o turismo só surja num documento intercalar vigente entre 1965 e 1967. Espelho do desenvolvimento experimentado pelo país, as receitas provenientes das exportações de bens e serviços representavam apenas 5% em 1953, atingindo perto de 9% em 1961, enquanto a capacidade hoteleira mais do que duplicou em igual período.

Apesar dos progressos registados, a década de 1960 foi apenas o arranque definitivo do crescimento do turismo português, aproveitando a consolidação das economias europeias e os preços atrativos. O ano de 1964 ficou marcado pelo facto de, pela primeira vez, entrarem no país mais de **1 milhão de estrangeiros**. Este foi também o período do arranque dos **grandes empreendimentos turísticos**, nomeadamente no **Algarve, Madeira e Troia**, assim como da construção de novos aeroportos e estradas (Cunha, 2013; Martins, 2015). O SNI foi extinto no final desta década, dando lugar à **Direcção-Geral de Turismo (DGT)**.

Gráfico 2 Número de hóspedes entre 1965 e 2000



Fonte: INE/DGT - Elaboração própria

À entrada da década de 1970 o turismo nacional sofreu com as consequências da crise do petróleo, convulsões políticas e um novo tipo de turista. Este é também o período em que se dá a Revolução dos Cravos, alterando o panorama político português e criando uma nova realidade social e económica. Como consequência da descolonização, muitos estabelecimentos hoteleiros são ocupados por retornados. Neste contexto, o número de **entradas de estrangeiros** no país e de receitas **caem de forma acentuada**. Esta situação é relatada ainda na década de 1980 num guia “*Fodor*”, dando a conhecer o “problema do vasto número de refugiados” (Moore, 1985, p. 47) vindos de África, numa época em que estes já haviam abandonado as unidades hoteleiras.

Gradualmente, os números vão melhorando e, no final da década de 1970, estes já **mais do que duplicavam os valores registados no ano da revolução**, lançando Portugal para uma nova década onde apenas a Turquia e a Hungria registavam taxas de crescimento mais elevadas. Entretanto, surgem, sobretudo no Algarve, as primeiras preocupações com os efeitos do turismo de massas, resultado do grande crescimento imobiliário e da destruição de áreas naturais. Isto conduziu o turismo português a um “estado de crise latente ou explícita” (Cunha, 2013, p. 71), nomeadamente pelo **excesso de oferta e desordenamento urbanístico**. Aos problemas descritos é possível ainda acrescentar a concentração em termos de origens, **focado excessivamente no Reino Unido e na Alemanha**, concentração territorial, com o **Algarve e Lisboa a deter grande parte da procura** e, por fim, **concentração de atrativos e motivações**, com o sol e o mar a serem a base da procura (Cunha, 2013).

Apesar dos esforços, a partir de 1990 verifica-se uma “significativa **perda de capacidade competitiva externa**” (Cunha, 2013, p. 74), com o número de **turistas a diminuir pela primeira vez em 17 anos**, refletindo-se também no saldo da balança turística. A perda de capacidade competitiva é encarada por Cunha (2013) como resultado, entre outros, da **insuficiente capacidade de resposta às alterações da procura**, à **reduzida diversidade de produtos** e à **aproximação dos preços nacionais aos praticados na restante Europa**. Apesar das adversidades, regista-se uma significativa recuperação a partir de 1996. A este acontecimento não terá sido alheio o facto de, no último quartel do século XX, Portugal ter aderido à então **Comunidade Económica Europeia (CEE)** e, mais tarde, ao Euro, permitindo a livre circulação dentro da Europa e o recurso a uma moeda única ou à realização de grandes eventos como a **Expo 98**.

Sintetizando, nos séculos XIX e XX, o turismo português conhece diferentes fases de crescimento, estabilização e decréscimo. A institucionalização da atividade em Portugal dá-se apenas no século XX, porém a atividade já se desenvolvia nos “moldes modernos” há várias dezenas de anos.

O século XIX vai então marcar o início da atividade turística nos chamados “moldes modernos”, responsabilidade do desenvolvimento caminhos-de-ferros e das ligações por barcos a vapor, ambos resultantes da revolução industrial. No século XX foi a aviação a introduzir mais uma profunda alteração ao setor, sobretudo no pós-segunda guerra mundial, proporcionando viagens mais rápidas e cómodas. Portugal como destino não ficou alheio a estas transformações tecnológicas, assim como à instabilidade política que pontua este período. Todavia, Portugal conheceu um grande crescimento no número de turistas na segunda metade do século XX, crescimento esse que se intensifica na década de 1990. O crescimento de Portugal como destino turístico e conseqüente aumento no número de turistas, conduziu a uma maior produção de obras de suporte à atividade. Esta profusão de guias, nacionais ou estrangeiros, irá permitir conhecer com maior detalhe o discurso de apresentação do país aos turistas. Torna-se assim mais acessível à pesquisa a localização dos lugares-comuns, estereótipos e mitos, algo que será aclarado na secção seguinte.

5. O discurso dos guias: a presença do estereótipo, do mito e do gosto de época

O discurso no contexto do turismo, em particular no que diz respeito à semântica presente nos guias, tem sido analisado por vários autores e com diferentes perspectivas (Ban, 2008; Ban & Oyabu, 2012a, 2012b; Cesiri, 2017; Kottelat, 2011; Nigro, 2006; Suzuki & Wakabayashi, 2005; Thurlow & Jaworski, 2011; Wilson et al., 2009).

De acordo com Gilbert e Henderson (2002), até recentemente **os guias e a literatura de turismo eram marginalizados** no debate sobre representações do lugar, ganhando nos dias de hoje um renovado interesse por parte dos historiadores, geógrafos, sociólogos, etnólogos e linguistas (Devanthéry & Ariane, 2011; Devilla, 2013; Henderson & Gilbert, 2002). Cohen e Cooper (1986) acrescentam ainda que o estudo da linguística associada ao turismo oferece a oportunidade de estudar a comunicação entre dois grupos diferentes. Todavia, o estudo da linguística presente nos guias não é um tema pacífico. Neste sentido, Capelli (2012) considera a análise linguística dos guias um tema controverso pela ausência de algumas características presentes noutros tipos de literatura.

Desta forma, parece pertinente desenvolver uma discussão em volta do estereótipo e do mito, características que são atribuídas aos textos dos guias por vários autores (Barthes, 2009; Henderson & Gilbert, 2002). Os guias, entre outras características, são vistos como **edificadores de expectativas** (Metro-Roland, 2011) junto dos potenciais turistas, sendo por este motivo importante perceber a presença de **eventuais estereótipos e mitos** que possam **influenciar as expectativas** do leitor. Ploner (2012) defende que o interesse pelo imediatismo no turismo por vezes falha na necessidade de ter em conta as trajetórias históricas, mitos e ideologias inscritas no local descrito e que continuam a moldar a forma como o destino é experienciado. É neste contexto que Rudy Koshar considera o turista como um “consumidor irracional” (Koshar, 2000, p. X), vítima da “comodificação” da experiência e onde os guias, especialmente os internacionais, são **decisivos na construção do “olhar turístico”** (Pérez, 2012, p. 947).

Estes tipos de texto caracterizam-se, de acordo com Devilla (2013, p. 62), por “**euforias e disforias**” visíveis no emprego de superlativos e que refletem uma visão otimista e idealizada. As características autoritárias dos seus textos fundamentam-se muitas vezes numa **retórica fundada em estereótipos**, em mitos e numa visão dos destinos em concordância com a época em que são redigidos. Todos estes elementos concorrem para

que o texto apresente um **discurso persuasivo e influente** no percurso efetuado pelo leitor. Por esta razão, a imagem de um país é **resultado de um compêndio de elementos, reais e fictícios, tangíveis e intangíveis, racionais e emocionais**, que conduzem à formação de uma imagem e percepção por parte dos (potenciais) visitantes (Bahena, 2013).

A forma como os guias são escritos **reflete também a nacionalidade e cultura do povo a quem se dirigem**, tal como é demonstrado por Suzuki e Wakabayashi (2005) e por Suzuki (2003).

5.1. O(s) estereótipo(s)

5.1.1. Definição de “estereótipo”

O termo **estereótipo** tem origem no francês em 1797, contendo na sua formação dois elementos provenientes do grego, *stereos+tupos* ou *stereós+týpos* (Barbosa, 1994; Figueiredo, 1996).

Foi Walter Lippman (1899-1974), em 1922, o primeiro a debruçar-se sobre o tema em contexto sociológico. Mais tarde, Hinton (2000) (re)define estereótipo como “**imagens «simplificadas nas nossas cabeças» sobre pessoas e eventos**” (Hinton, 2000 in Bender *et al.*, 2013). De forma semelhante, o termo estereótipo pode ser definido como uma “**generalização relativamente fixa ou demasiado simplificada** sobre um grupo ou classe de indivíduos, normalmente focado no negativo” (Colman, 2003, p. 706) ou características desfavoráveis, podendo ser corretas ou não (Hottola, 2016). Todavia Colman (2003) e Hottola (2016) admitem que, ao contrário do que comumente é pensado, existem estereótipos **neutros e positivos**. Independentemente da origem do estereótipo, vários autores consideram ser difícil reverter a imagem existente nos indivíduos (Avraham, 2004; Reisinger & Turner, 2011).

No turismo, o estereótipo assume uma importância especial por estar permanentemente presente e por ser uma imagem das diferenças culturais, de tal forma que se mantém para lá da existência do grupo que o originou, especialmente os estereótipos culturais (Albu, 2013; Andsager & Drzewiecka, 2002; McKercher, 2008). Por este motivo, Albu (2013) reconhece a necessidade de ter em conta os estereótipos culturais ao conceber a oferta turística. Assume-se que os estereótipos presentes na literatura de turismo existem, entre outros, para reduzir a complexidade do destino para o visitante (Duffy, 2017). Desta

forma, torna-se **mais fácil a interpretação do destino** por parte do turista, dando mais ênfase às diferenças do que às similitudes (Duffy, 2017).

Neste contexto, poderão também surgir “auto-estereótipos” nas obras redigidas por autores do país representado, entendendo-se por “auto-estereótipo” a forma como diferentes grupos sociais se representam a si próprios (Albu, 2013).

5.1.2. Os guias e os estereótipos

“A circulação e cristalização de fantasias através dos guias turísticos fazem com que estes sejam um bom documento para destacar os «mitos» que o campo do turismo tem vindo a produzir desde o século XIX.” (Gonçalves, 2015, p. 59)

Como é reconhecido por Avraham e Ketter (2016), a imagem pública e nos *media* de um país (nos quais se incluem os guias) é crucial para as decisões e comportamentos dos turistas, influenciando, entre outros, o que visitam e o tempo da estada. Neste sentido, os guias “apresentam-se como uma introdução ao território, boa ou má” (Gonçalves, 2015, p. 52) e onde, reconhecidamente, estão presentes estereótipos, confluindo em dois campos problemáticos: o “seu valor de partilha no pensamento e vida social comum, mas também o seu valor de exercício de dominação e inculcação ideológica” (Gonçalves, 2015, p. 57). Metro-Roland (2011, p. 52) vai mais longe e considera os guias uma “ratoeira omnipresente”. Todavia, é **difícil “pensar em turismo sem estereótipos ou fantasias”** (Salazar, 2012, p. 865) onde, regra geral, é dado destaque às diferenças culturais e negligenciadas as semelhanças. Por esta razão, os guias são reconhecidos como tendo uma “**alta densidade de estereótipos**” (Margarito, 2000 *in* Devilla, 2017, p. 4). Neste sentido, alguns autores defendem que a comodificação da cultura reforça os estereótipos, reproduzindo uma relação de poderes assimétrica e produzindo como efeitos uma “bastardização da cultura «real»” (Bunten, 2014, p. 93). Assim, a imagem plasmada nas páginas dos guias é considerada conservadora, desempenhando um papel significativo na reprodução e circulação de imagens estereotipadas (Kraft, 2007).

Bender *et al.* (2013), na sua investigação sobre a presença de estereótipos nos guias da Suíça, observa que estas obras desempenham um papel importante na formação, manutenção e uso de ideias estereotipadas. Estes estereótipos surgem muitas vezes para auxiliar os turistas na interpretação do que observam, ainda que as imagens estereotipadas

variem consoante a língua em que a obra está escrita, adaptando-os às crenças e valores do público-alvo (Bender et al., 2013; Laderman, 2009; Smecca, 2009). Os autores concluem que a existência de tantos “auto-estereótipos” nos guias reflete o carácter etnocêntrico das obras, ao representar o destino pela perspectiva da cultura do leitor. Outros autores recorrem ao exemplo de Baedeker para demonstrar a existência de estereótipos eurocêntricos nos textos do século XIX. Ogden (2017) conclui, de forma semelhante, que os guias fornecem informação sobre a cultura cubana de um forma que reforça os estereótipos através de termos afetivos. Aliás, a mesma autora vai mais longe e considera que os guias são uma das formas onde os “estereótipos de género e raciais são traçados e perpetuados” (Ogden, 2017, p. 7).

Para Mendelson (1985) e Weber (2008), estes guias espelham uma imagem de superioridade europeia em relação ao resto do mundo. Estas premissas prevalecem nos guias, prolongando a imagem do destino através do tempo e reforçando os estereótipos sobre o destino (Galani-Moutafi, 2015; Hom, 2015), como foi concluído no estudo de Travlou (2000). Estes estereótipos procuram por vezes transportar as pessoas para tempos passados, recorrendo a representações de hábitos antigos e indumentárias tradicionais (Travlou, 2000; van Gorp, 2012).

Por outro lado, Zillinger (2006), na sua investigação sobre a importância dos guias na escolha dos locais visitados por alemães na Suécia, conclui que os guias em estudo, pelo facto de se encontrarem regionalizados, não apresentam imagens estereotipadas, apesar da investigação de Bender et al. (2013) sugerir o inverso. De qualquer forma, van Gorp (2012) admite a existência dos referidos estereótipos e clichés, mas considera que estes não são omnipresentes.

“Not all British holidaymakers to European coastal provinces were mainly interested in beaches or coastal scenery: as their guidebooks made clear [...]” (Walton, 2013, p. 28)

Combatendo o estereótipo associado ao turista britânico, Walton (2013) defende na sua análise aos guias que nem sempre, apesar de tudo, os guias permitem desconstruir essa imagem.

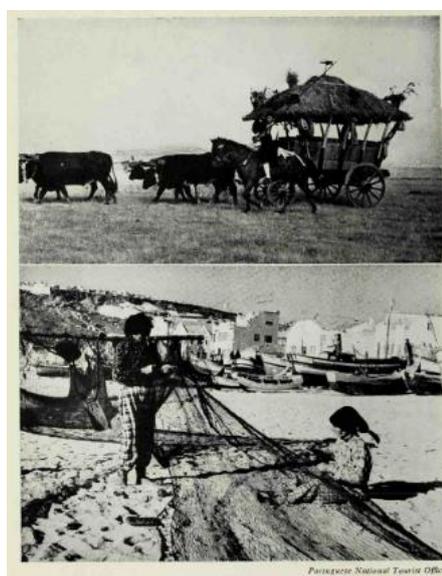
Ainda assim, alguns autores de guias mostram cautela no que diz respeito à possibilidade de transcreverem estereótipos. Ao referir-se à “saudade”, Jepson (1998)

considera perigoso falar em estereótipos, reconhecendo, no entanto, que alguns se destacam no momento de definir uma característica nacional. Por sua vez, Evans (1990, p. 23) descreve como “estado mental presente nos coração portugueses”, enquanto Ellingham (1989, p. II) descreve a saudade como um estado de uma “leve resignação, ar nostálgico e um sentimentos de que o passado irá sempre ofuscar as possibilidades futuras”.

5.1.3. A visão estereotipada presente nas ilustrações

O reconhecimento de que a capa poderá ser um elemento de atração data da década de 1820, tendo até então, apenas a função de proteção do livro (Drew & Sternberg, 2005). Partindo da invenção da impressão a cores por William Congreve em 1821 (Southward, 2009), este acontecimento não será alheio ao facto de, no início do século XIX, a impressão a cores estar presente em várias experiências feitas com tinta à base de óleo e, na segunda metade do século, o recurso experimental à fotografia, aumentando a qualidade e clareza dos mapas mas, ao mesmo tempo, aumentando o preço de produção (Cormack, 2013; Raven, 2014). Por esta razão, nem todos os guias do período em análise possuem imagens na capa. A ausência de elementos pictóricos irá, no entanto, verificar-se no mundo editorial até aos finais do século XIX, por razões técnicas e de uniformização. Mais tarde, as capas irão evoluir de um “simples utilitarismo para um objeto altamente visual” (Drew & Sternberg, 2005, p. 20). No final da primeira década do século XX, a capa já se afirma como um **elemento promocional fundamental** para o livro, sendo-lhe dedicada mais atenção, com o Modernismo a desempenhar um papel central no *design* (McCleery, 2014), reconhecendo, assim, o poder de persuasão e atração que as imagens ou um *design* atrativo podem desempenhar e confirmada por Tsai, *et al.* (2017).

Figura 8 "O típico carro de bois" e os "pescadores da Nazaré"



Fonte: Clark, 1962

«Seeing is believing» (Wang, 2000, p. 156)

Para os turistas, a presença de imagem nos média ligados ao turismo permite ao leitor “antecipar o prazer que advirá daquela viagem” (Wang, 2000, p. 155), apesar de esta ser reconhecidamente “altamente subjetiva” (Wang, 2000, p. 157).

Tal como referem Răcășan e Gaman (2015) e Drew e Sternberg (2005), o primeiro contacto com o guia/livro, mas também com o destino, dá-se através da capa do guia, revelando a imagem do país que os autores consideraram mais apropriada. Para estas capas são recorrentemente usadas imagens, como sugere Gonçalves (2015), que **facilitam a identificação do país**, como alfaías agrícolas,

pormenores de arquitetura ou relacionadas com o estilo de vida do destino, **omitindo as imagens desagradáveis** de forma a criar um imagem atrativa do destino e, no caso de as imagens não serem especialmente atrativas, estas são destacadas por representar imagens idealizadas ou por romantismo (Wang, 2000). A par das capas, o prefácio é visto como uma área crítica do guia, ao oferecer aos leitores importantes

Figura 9 Agricultor algarvio



Fonte: Lowndes, 1982

informações sobre a obra que os turistas têm entre mãos (Cormack, 2013) e onde os autores, principalmente dos primeiros guias, “prometem informações precisas e descrições verdadeiras” (Newcombe, 2019, p. 195).

As ilustrações presentes nos guias, na capa ou no interior **refletem bem mitos e, sobretudo, estereótipos** relacionados com o destino (ver figuras 8 e 9), embora Cappelli (2017) defenda que, além das imagens estereotipadas, estas têm contribuído igualmente para representações realistas. Não obstante a sua importância para contextualizar o destino, estas têm o poder de criar perceções erradas sobre o mesmo, baseando-se, por vezes, em imagens que já não correspondem à realidade, mas sim a um estereótipo associado às pessoas e ao local em causa. Pelos motivos enunciados anteriormente, a problemática da fotografia no turismo tem ganho uma importância crescente na investigação (Månsson, 2009). Regra geral, estas ilustrações representam também faces sorridentes e imaculadas, com os autores a preferir representar os “nativos” com as vestes tradicionais e costumes, celebrando festas tradicionais ou a desempenharem trabalhos da era pré-industrial, como é o caso da pesca artesanal, venda de peixe, pastorícia ou oleiros (Hennig, 2002).

Estas imagens surgem com uma **estrutura narrativa própria**, onde a dimensão, a perspectiva, a polarização, entre outros, são elementos que transmitem algum tipo de mensagem que, quando combinada com a parte textual do guia, resulta no poderoso mediador para o discurso que molda e solidifica a imagem dos destino (Cappelli, 2017).

5.2. O mito

5.2.1. Definição de mito

O estudo do mito no tempo moderno surge com o crescimento do Romantismo no início do século XIX («Myth», 1992; Ploner, 2012). Trata-se de uma palavra com **origem no grego “mythos” e latinizada em “mythus”** (Burkert, 1991). A Enciclopédia Luso-Brasileira de Cultura afirma que se trata de um **conceito “obscuro e difícil”** (Antunes, 2001) e para o qual até a etimologia não presta grande auxílio. Por seu lado, Burkert (1991) considera o mito algo **ilógico, inverosímil ou impossível, imoral ou falso, mas em simultâneo, fascinante**. Apesar das reservas de Antunes (2001), Burkert (1991) considera ainda que os mitos são fundamentalmente **narrativas tradicionais** e que coincidem, em grande parte, com lendas ou, nas palavras de Mircea Eliade (1989), tudo o que se opõe à “realidade”. No mesmo sentido, a “Nova Enciclopédia Britânica” (1992) define mito como uma história normalmente de origem desconhecida e que procura explicar um acontecimento ou fenómeno, regra geral, associado a uma crença religiosa.

No contexto do turismo, Carnegie (2016) defende que o mito se refere a um estilo de discurso narrativo geralmente entendido como uma estória sem bases verídicas podendo, no entanto, ter diferentes tipos de impacto nos turistas e no turismo. O mito em turismo pode surgir para dar forma a uma versão idealizada do passado, tendo em vista a comercialização no presente, podendo estar presente nos guias, na fotografia, no cinema, entre outros suportes.

5.2.2. O mito nos guias, segundo Roland Barthes

Para Gilbert e Henderson (2002, p. 122), os guias surgem como parte da mercantilização (*commodification*) da experiência, reduzindo assim, a “«aura» dos locais, ao pré-ordenar e pré-interpretar” os espaços percorridos pelos turistas.

Roland Barthes, na sua obra “*Mythologies*” de 1957, tece uma contundente crítica aos “*Guide Bleu*”. Segundo o autor, os “*Guide Bleu*” só reconhecem a paisagem pitoresca e tudo o que é paisagem acidentada é pitoresco para os guias em causa, isto é, “a plenitude da montanha, o pitoresco, o bucólico, as ideias morais perante a natureza, a magia dos monumentos, o essencialismo do carácter dos povos e das culturas, a centralidade da história da arte e dos monumentos religiosos [...], o etnografismo simplificado pelo olhar burguês” (Domingues, 2017, p. 131). Este é aliás um termo muito usado por vários autores nos moldes da literatura do século XIX. Para Barthes, a mitologia presente nos “*Guide Bleu*” data do século XIX, “quando a burguesia se deliciava” (Barthes, 2009, p. 85) em grande euforia com o novo fenómeno social que representava o turismo. O linguista e filósofo francês defende também que estes guias conduzem a uma desumanização da experiência, representando os homens como «tipos», dando o exemplo de Espanha, onde o basco é representado como um marinheiro de aventura, o Catalão como um hábil comerciante e o Cantábrico como um montanhês sentimental, demonstrando o “quão vã é toda a descrição analítica que recusa, simultaneamente, a explicação e a fenomenologia” (Barthes, 2009, p. 86).

O autor acusa o referido guia de ter ficado agarrado a uma mitologia burguesa ultrapassada, desenvolvendo um discurso conveniente ao regime franquista existente na época, criando um enviesamento da realidade “a favor das igrejas, monumentos e da paisagem montanhosa” (MacCannell, 2013, p. 58), não proporcionando um conhecimento profundo do local a visitar. Barthes defende que, desta forma, os guias se focam numa matriz ilusória da paisagem, distanciando-se do que é prometido ao leitor, desorientando um estrangeiro que procura segurança no cliché (Peel & Sorensen, 2016a) e contribuindo assim para um “anacronismo mitológico” desligado da experiência real (Michalski, 2004, p. 188).

5.2.3. A perpetuação do mito pelo guia

O **mito** é visto como um **conceito semelhante ao do imaginário turístico** (Salazar & Graburn, 2014), sendo que o **imaginário** é, regra geral, **construído com o auxílio do guia antes da partida em viagem** (Devilla, 2017). Para Gemma McGrath (2003, p. 18), o turismo tem uma interessante e complexa relação com mitos e lendas, que atraem turistas mas, por outro lado, **podem criar desânimo**, isto é, o mito funciona como fator *pull* que estimula a procura do destino, enquanto o guia pode funcionar como fator *push*, caso os eventuais turistas sintam que o guia não desmistifica os referidos mitos. Segundo Peel e Sorensen (2016a, p. 50), no referido ensaio de Roland Barthes sobre os guias, o que este defende é que, ao influenciarem a forma como o turista percebe o destino, os **guias são parte de um “mecanismo de mistificação”**, prolongando-o e alimentando-o. Neste sentido, os mesmos **não devem ser encarados como espelhos das cidades**, assim como **também não devem ser encarados como pura fantasia**, já que eles são mediadores do local descrito, propondo diferentes leituras à cidade (Michalski, 2004). Certo é que, segundo Garrod & Kosowska (2012), o sucesso de um destino pode depender da consistência no uso do imaginário que recai sobre determinado destino. Neste ponto Litt (2012, p. 331) defende que, **“quanto menor o conhecimento do destino, mais os indivíduos ficam dependentes do imaginário”**, para o qual os guias são um importante elemento de construção.

Travlou (2000) considera que no **turismo o mito desempenha um papel particularmente importante** ao proporcionar ao destino identidade para a promoção, enquanto Rojek (1997) é perentório ao considerar que a construção de uma atração turística envolve, até certo ponto, a mobilização de mitos. Se, por um lado, o mito desempenha, como referido, um papel importante no que toca à identidade do destino, também é verdade que este **pode funcionar como uma falácia, prejudicial ou não**, ao desenvolvimento do destino, à semelhança dos estereótipos. Isso mesmo confirma Baudrillard (2002) ao considerar que o turismo gera representações ambivalentes ou contraditórias com base em mitos e fantasias, criando assim, uma imagem de simulacro. Por isso será expectável que os guias, com exceção das obras de carácter erudito ou de turismo responsável, não relatem, por exemplo, a existência de pobreza, mas sim de um autêntico paraíso terrestre (Crick, 1989; de la Rosa, 2003; Pérez & Fernandes, 2018). No mesmo sentido, os mitos são vistos

como elementos que conectam destinos específicos com as preocupações e desejos genéricos dos turistas, contendo uma dimensão ideológica (Leite, 2014), explicando-se assim a presença nos guias de locais com pouca genuinidade ou ligação à cultura local (Crick, 1989). Ainda assim, Pérez-Aranda, Guerreiro & Mendes (2015) encontram potencial no mito como elemento da comunicação de um destino, ao dar a conhecer aos potenciais visitantes as características e produtos desse mesmo destino. É precisamente neste sentido que Wang (2000) identifica duas ligações entre os mitos e as imagens dos destinos. No primeiro caso, o autor identifica uma constante transformação das imagens (no sentido visual) em mitos, como no caso das ilhas cujas representações a tornam no mito do destino paradisíaco, enquanto no segundo caso acontece o inverso, ao serem criadas representações de acordo com mitos existentes e divulgados pelos *media*. Mais recentemente, Garofalo (2012) identifica uma afirmação de uma nova mitologia nos guias atuais.

Transportando a perspetiva de Bergmeister (2015, p. 205) para o caso português, os guias apresentam, regra geral, uma estratégia binária ao longo da sua estrutura, apresentando o país “«tradicional vs. moderno»” e o país “«não problemático vs. potencialmente problemático»” para o turista. Desta forma, é recorrente o recurso à confirmação ou desmentido de mitos e estereótipos ao longo dos guias.

Os imaginários criados e mantidos pelos guias representam um desafio para os organismos governamentais e outras entidades responsáveis pela gestão da imagem de um país. Garrod & Kosowska (2012) defendem que o reposicionamento de um destino pode falhar caso os elementos controláveis para o mesmo não sejam suficientemente poderosos para contrariar as imagens provenientes de fontes fora do controlo, isto é, as imagens provenientes, entre outros, dos guias de viagem. Como tal, este trabalho de transformação/reposicionamento da imagem de um destino através da conceção de um novo imaginário, revela-se como uma tarefa a realizar num longo prazo.

5.3. Os guias como “barómetro” do gosto da época e “agentes de cegueira”

O uso “não sistemático dos guias” (Peel & Sorensen, 2016a, p. 47) como elemento para a escrita da história do turismo demonstra o estágio prematuro deste campo de estudo, podendo conduzir a uma “simplificação excessiva e à distorção do passado” (Walton, 2009,

p. 117), dificultando, assim, a tarefa proposta para o presente capítulo. Ainda assim, os **guias são vistos como um elemento essencial para o estudo da cultura turística** e da mobilidade nos últimos dois séculos (Peel & Sorensen, 2016a).

Parsons (2007) aborda os guias como um “barómetro do gosto” (Parsons, 2007, p. XIX) da época em que foram redigidos, podendo considerar-se como uma “importante fonte geradora de «sistemas de conhecimento e crenças»” (Laderman, 2002, p. 87). Neste sentido, Michalski (2004, p. 187) encara os guias como uma “importante lente” através da qual é possível visualizar imagens e a geografia humana da época em que foram redigidos, assim como examinar a história coletiva (Laderman, 2002). Na perspectiva de McGregor (2000), os guias delineiam a experiência, abrindo locais desconhecidos, mas em simultâneo restringem e “comodificam” a extensão e a variabilidade da experiência do turista.

Recorrendo a uma “metáfora ocular” (D’Hautesserre, 2006, p. 161), Roland Barthes na obra já citada considera os guias como um “**agente de cegueira**” (Barthes, 2009, p. 87), já que, no exemplo dado pelo autor, estes reduzem a Espanha a “um mundo de monumentos desabitados” (Barthes, 2009, p. 87), “vitimando” um inocente que no estrangeiro busca segurança em clichés e transformando-se no oposto daquilo que proclama, com um carácter tacanho, retrógrado e, à época, com uma descrição conveniente ao franquismo (Barthes, 2009; Peel & Sorensen, 2016a). Nas palavras de Le Bon (1896, p. 13), o Homem tornou-se num “autómato que desistiu de ser guiado pela próprio desejo”. Também numa visão sobre a literatura de turismo, Silver (1993) refere que a imagem das populações indígenas não representa essas mesmas populações como elas desejariam, mas sim de acordo com os padrões de autenticidade ocidentais. A referida sensação de autenticidade é, na opinião de Jamal e Hill (2002), suportada pelos guias. Desta forma, conclui Ploner (2012), a literatura turística não inclui informações num só sentido, numa sequência linear de causa e efeito, mas sim com influências ideológicas e imaginárias dos seus autores. Em concordância com Ploner (2012), Cooper (1994) afirma que a ideologia manifestada no discurso, auxilia a constituição de uma realidade social, incluindo o contexto humano e cultural.

Apesar de se poder considerar que os textos são dinâmicos e que possuem um grande poder sobre o comportamento dos indivíduos, os **guias têm o poder de “estandardizar” a visão de um destino** ou cultura, transformando-se, assim, num “agente de cegueira” (Barthes, 2009; McGregor, 2000). Neste sentido, Wynne-Hughes (2012) defende que o discurso dos guias é predominantemente binário, colocando em confronto o autêntico “comodificado”, trabalho/lazer, turista/local, representando um papel importante

na criação deste tipo de discursos na indústria do turismo. Assim, através da repetição dessas representações, estas tornam-se naturais, representando a forma como os indivíduos pensam e agem (Wynne-Hughes, 2012). Todavia, Morais (2012, p. 319) chama à atenção de que, “na medida em que a fala sobre uma região é interiorizada e reproduzida pelos seus habitantes e também, no caso específico da análise dos guias de viagem, pelos de fora, faz-se realidade, ainda que uma realidade calcada em elementos imaginados e imaginários”, defendendo que a compreensão das identidades passa pelo entendimento da relação desta com o mito.

6. Autores e editores dos guias de Portugal

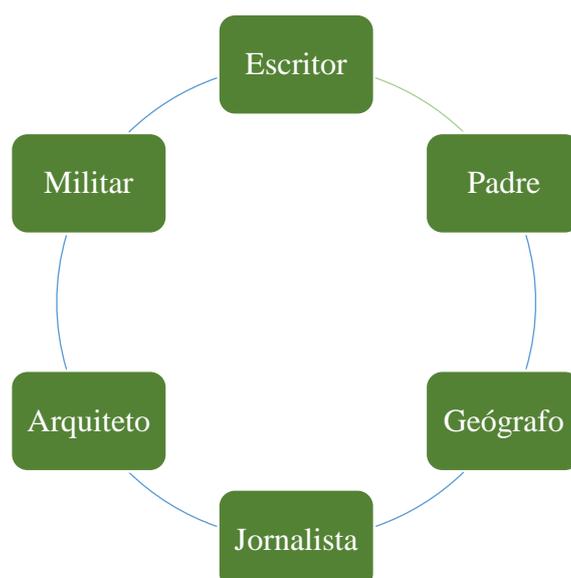
6.1. Os autores

Para que exista uma conexão e um melhor entendimento sobre a forma como o país é apresentado com a realidade em que estes foram concebidos, interessa conhecer quais os autores por trás destas obras.

Em alguns casos tornou-se impossível identificar o autor do guia, com o nome da editora a sobrepor-se, tornando assim os “**redactores relativamente anonimizados**” (Gonçalves, 2015, p. 102) o que, na perspectiva de Nelson (2012), se deve à pouca importância que a autoria dos guias foi ganhando. Todavia, foi possível identificar os autores de vários guias seleccionados para o estudo, sendo possível concluir que vários são os que Alacovska (2013, p. 51) apelidou de “*parachute artists*” (Alacovska, 2013, p. 51), isto é, jovens escritores que escrevem de forma colaborativa sobre um tema ou localização sem serem especializados. Este tipo de obras **tende a apagar a presença do autor e a torná-lo invisível** (Dijkstra, 2016; Nelson, 2012). Alguns guias, no entanto, dão relevo ao facto de as suas páginas serem escritas por “escritores de viagens experientes” (Anderson et al., 1990, p. v) e que viveriam ou visitariam o país com frequência.

Quase todos os autores dos guias têm algo em comum. Uma grande parte dos autores dos guias são **escritores** ou, no caso em que essa não é a atividade principal,

Figura 10 Profissões dos autores dos guias



Fonte: Elaboração própria

desenvolvem atividades úteis à criação de um guia, como é o caso dos autores cartógrafos, geógrafos ou arquitetos (ver figura 10), apesar de Vajda (2010) considerar que a profissão de arquiteto não é valorizada pelos guias do século XIX. Ainda assim, os principais autores/editores, isto é, John Murray III, Karl Baedeker e Adolphe Joanne calcorream, pelo menos inicialmente, os locais apresentados nos respetivos guias (Severo, 2013).

As investigações desenvolvidas por Anisimov *et al.* (2016) e por Korell (2018) comprovam esta realidade, sendo para muitos a primeira e última experiência literária e cujos objetivos eram variados.

6.1.1. Autores Portugueses

Na presente secção serão apresentados, por ordem cronológica tendo em conta o ano de nascimento, os autores de nacionalidade portuguesa que contribuíram para a redação de guias de Portugal ao longo o período em análise.

Grande parte dos autores portugueses nasceram ainda no século XIX. Esta circunstância pode ficar a dever-se ao facto dos guias, ao longo do século XX, terem sido publicados sobretudo por editoras estrangeiras. Desta forma, Francisco Maria Bordalo (1821–1861) é autor português mais velho. Escritor, Capitão-Tenente da armada, foi ainda secretário do governo de Macau. Desde cedo manifestou uma vocação literária, tendo participado em várias revistas e escrito diversas obras, várias delas sobre viagens. Foi o responsável pelas duas primeiras edições do “Novo guia do viajante em Lisboa e seus arredores [...]”. Ainda nascido na mesma década, Inácio Lemos (1824-1860), viria a ser responsável pela obra “Guia Luso-Brasileiro do Viajante na Europa” de 1859. De acordo com Silva (1859, p. 211), Inácio Lemos, era Doutor em medicina pela Faculdade de Giessen. Na década de 1830 nasce Júlio César Machado (1835-1890), escritor de biografias, romances, crónicas, entre outros, foi responsável pelo “Novo Guia do viajante em Lisboa [...]” de 1862. Foi contemporâneo e amigo de Camilo Castelo Branco. Na década de 1840 surgem mais dois autores, Guilherme Henriques e Leonildo Mendonça e Costa. Guilherme João Carlos Henriques (1846-1924), autor do “Novo Guia Luso-Brasileiro do Viajante na Europa” publicado em 1876, era um interessado pela antiguidade clássica. Segundo Matos *et al.* (2012) terá nascido em Londres em 1846 com o nome de William John Charles Henry, que terá alterado posteriormente. Por sua vez, Leonildo

Mendonça e Costa (1849-1922), era jornalista e diretor da “Gazeta dos Caminhos de Ferro de Portugal e Hespanha” (1888) e autor do “Manual do viajante em Portugal” (1907), este último em português e francês, e com edições sucessivas nos anos seguintes. Com o falecimento do autor, a 5.^a edição da versão portuguesa foi terminada por Carlos d’Ornelas (1897 – 1963) em 1924. As edições posteriores seriam de autoria conjunta dos dois autores, com a 7.^a edição a ser publicada em 1940 e a 8.^a edição e última em 1953. Esta obra foi o primeiro guia português nos “moldes consagrados internacionalmente (Baedeker, Joanne, etc.)” (Pina, 1988, p. 37). Escreveu ainda outras obras sobre literatura e teatro a partir de 1866. No final do século XIX surgem dois dos autores cujo o contributo para os guias de Portugal será mais profícuo. Raul Proença (1884-1941), diretor da revista “Seara Nova”, membro do “Grupo da Biblioteca”, escritor e intelectual, começou a desenvolver o “Guia de Portugal” a partir de 1922, publicando o primeiro ensaio “Guia de Évora e seus Arredores” em 1923. No ano seguinte, seria publicado o primeiro volume do “Guia de Portugal”, dedicado a Lisboa e Arredores e, em 1927, o segundo dedicado à Estremadura, Alentejo e Algarve. O terceiro volume seria publicado somente na década de 1940, após a morte de Raúl Proença. Para os volumes seguintes, Sant’Anna Dionísio (1902-1991) assumiu a direção da obra, com o trabalho a prolongar-se até 1970, ano em que foi publicado o último volume. Seria também autor, entre outros, da edição de 1931 do “*Les Guides Bleu*” dedicado a Portugal e do livro “Estradas de Portugal” em 1940. Já Manuel Oliveira Cabral (1890-1974) é autor de dezenas de obras ligadas ao ensino, religião e história, foi também autor do “Guia do excursionista: do Minho ao Algarve” publicado em 1937, única obra relacionada com a indústria do turismo, apesar da conhecida intervenção que tinha, em conjunto com a sua mulher, para o reconhecimento da importância do turismo para Penacova. A obra de 1937 surge “apenas como extensão” (Cabral, 1937, p. 5) do seu trabalho, já que era professor oficial. Por fim, Leonardo Coelho, cujas datas de nascimento e morte não foram localizadas, foi o responsável por duas edições do “Guia histórico turístico de Portugal” em 1958 e 1966, e uma em francês em 1966. Durante a década de 1960 escreveu ainda mais duas obras.

6.1.2. Autores Estrangeiros

O número de autores estrangeiros responsáveis pela redação dos guias de Portugal é elevado. Tal como na secção anterior, os autores serão apresentados de forma cronológica, começando ainda com os autores nascido no século XVIII.

Heinrich August Ottokar Reichard (1751-1828), que em grande parte das obras surge apenas identificado como M. Reichard, foi um autor alemão responsável pela obra “*An itinerary of Spain and Portugal, or a complete guide to travellers through those countries*” de 1820. Contemporâneo de Reichard, James Cavanah Murphy (1760-1814) foi um arquiteto, ensaísta e antiquário irlandês. Autor pela obra “*Travels in Portugal*” de 1795, a qual cobre grande parte de Portugal continental. Ambos foram responsáveis por duas das primeiras obras que se debruçaram sobre Portugal como destino.

No século XIX irá nascer John Manson Neale (1818-1866), pastor anglicano, académico, tradutor e autor de obras variadas (Lister, 1993; Rosa, 2013), foi o responsável pelo “*Handbook for Travellers in Portugal*” da editora John Murray, em pelo menos três edições consecutivas (1855, 1856 e 1864). Já Henry O’Shea (1836 – 1905), escritor irlandês é o autor do guia “*O’Shea’s Guide to Spain and Portugal*” publicado em, pelo menos, treze edições entre 1869 e 1905. Com origem em Espanha, Emílio Valverde Álvarez (1848-1894) foi militar, cartógrafo, geógrafo, escritor e autor de vários guias de turismo, sobretudo sobre Espanha, mas também o “*Nueva Guía del Viajero en España y Portugal*” (1886) abarcando Portugal. Por fim, o século XIX, marcará o nascimento de mais dois autores britânicos, Findlay Muirhead (1860-1935) e Ann Bridge (1891 – 1974). O primeiro, escritor escocês que, com o irmão James, trabalhou cerca de 30 anos com Baedeker, onde eram responsáveis por todos os guias em inglês. Com o início da Primeira Guerra Mundial, ficaram sem emprego e adquiriram em 1915 os direitos de edição dos guias John Murray a Edward Stanford. Posteriormente chegaram a acordo com editora Hachette para publicação de guias em inglês e francês com o nome “*Blue Guides/Guides Bleu*”. Neste contexto, foi o responsável pela redação do guia “*Southern Spain and Portugal with Madeira* (1929)”. Em conjunto com o seu irmão, foi também autor de outros guias dedicados a países e cidades europeias. Ann Bridge (1891-1974) que recorreu ao pseudónimo de Mary Ann Dolling O’Malley, foi romancista, esposa do Embaixador da Grã-Bretanha Owen O’Malley (com quem chegou a Portugal em 1945) e coautora da obra

“*The Selective Traveller in Portugal*” de 1949, redigida em conjunto com Susan Lowndes (1907-1993), filha de uma velha amiga. Foi também autora de mais duas obras sobre Portugal (Pinho, 2009).

Século XX adentro é possível encontrar alguns autores que ainda se encontram no ativo. Eugene Fodor (1905-1991) foi um escritor húngaro-americano nascido na Hungria e responsável pelo surgimento de uma popular série de guias. O facto de falar cinco línguas e a vontade em viajar foram decisivas para iniciar a redação de guias. Apesar de publicar guias desde a década de 1930, em 1949 fundou em Paris a “*Fodor’s Modern Guides, Inc.*” para a publicação de guias detalhados e de fácil compreensão. Publicou na década de 1950 edições consecutivas de um guia dedicado a Portugal e Espanha. Viria a vender a empresa em 1968 (Encyclopædia Britannica, 1998), no entanto, o seu nome continua associado aos guias seguintes, nomeadamente, aos primeiros guias dedicados em exclusivo a Portugal, a partir de 1970. Nascida em Londres, mas com fortes ligações a Portugal, Susan Lowndes Marques (1907-1993) foi escritora, jornalista e coautora da obra “*The Selective Traveller in Portugal*” de 1949 com Ann Bridge. Entre outros, escreveu também “*A practical guide to Fatima (1950)*”, “*Good food from Spain and Portugal (1956)*” e “*Travellers guide to Portugal (1982)*”. Foi diretora do jornal “*Anglo-Portuguese News*” em conjunto com o seu marido português e foi também correspondente em Portugal de vários jornais e revistas católicas norte-americanas e inglesas. Foi ainda editora nos guias Fodor. Também com ligações familiares ao país, Suzanne Chantal (1908-1994) foi jornalista e romancista francesa, autora de várias obras dedicadas à história de Portugal, mas também à descrição do seu território, nomeadamente na sua coautoria do guia “Fodor’s” de Portugal em 1977. Durante cerca de 40 anos correspondente da revista “*Time*” em Portugal. Martha de La Cal (1926 - 2011) nascida nos Estados Unidos da América, foi a autora do guia “Portugal” publicado entre 1988 e 1991. Dá nome ao Prémio Personalidade do Ano atribuído pela Associação da Imprensa Estrangeira em Portugal desde 1991. Contribuiu também para o “*Guide to Portugal*” (1990) da Penguin Books. Duas décadas depois nasce Sarah Bradford (1938 - ?), escritora inglesa, reconhecida especialmente pela redação de biografias. Foi responsável por duas obras sobre Portugal, o guia “*Portugal and Madeira*” de 1969 e o “Portugal” de 1973, entre outras obras dedicadas a Lisboa e ao Algarve. Rick Steves (1955-), destacado autor norte-americano de guias de vários e apresentador de televisão, publicou o primeiro guia sobre Portugal em 1988 com o título “*Spain and Portugal in your pocket*” e, mais tarde, o “*2 to 22 days in Spain and Portugal*”, publicado entre 1989 e 1994.

Fundador dos guias “*The Rough Guide*” em 1982, Mark Ellingham (1959 -) é co-autor dos guias para Portugal há várias décadas. Os guias “*The Rough Guide*” viriam a dar origem aos “*The Real Guide*”, “versão americanizada” (Yenckel, 1990) dos primeiros.

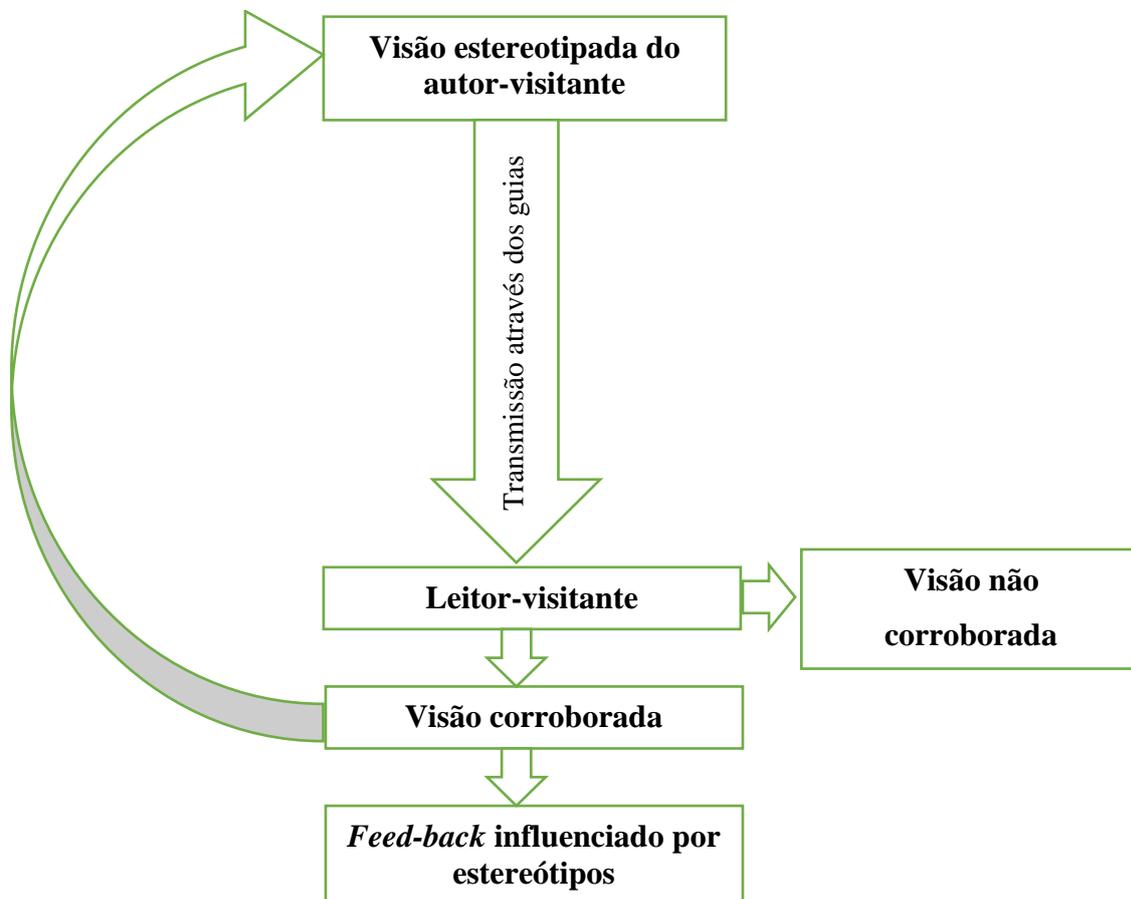
Entre os autores estrangeiros nascido no século XX, não foi possível localizar a data de nascimento de quatro. Julia Wilkinson (? - ?) foi autora de vários guias sobre Portugal e sobre Lisboa. Foi autora em conjunto com John King das quatro primeiras edições do guia *Lonely Planet* sobre Portugal em 1997, 1999, 2001 e 2003. Antes dos guias *Lonely Planet*, Wilkinson já havia publicado um guia sobre Portugal em 1992 chamado “*Portugal: Garden of Europe*”, editado pela *Guidebook Company*. De raízes britânicas, mas nascido no Porto, Martin Symington (? - ?), jornalista *freelancer* e autor de vários guias, nomeadamente os guias *American Express/Dorling Kindersley* (em Espanha editados pela *El País Aguilar*), “*Portugal with Madeira & Azores*” a partir de 1997 e o guia “*Essential Portugal*” editado pela *Automobile Association* a partir de 1994, mantendo-se na edição de guias sobre o país até ao presente. Jornalista nascido em Cuba mas com origens norte-americanas, Thomas De La Cal (? - ?), cresceu entre Portugal e Espanha, contribuindo com trabalhos sobre Portugal para várias revistas de viagens e documentários. Foi também correspondente internacional em várias cidades, nomeadamente Lisboa, Madrid, Londres, Joanesburgo e Nova Iorque. Contribuiu também para “*Guide to Portugal*” (1990) da *Penguin Books* e para guias das editoras *Birnbaum* e *Berlitz*. Por fim, Tim Jepson (? - ?), jornalista britânico e autor de guias de viagem desde a década de 1990. Foi autor de obras para a *National Geographic*, *Fodor's Travel Publications*, *The Rough Guide* e para a *Automobile Association* (AA).

6.2. O efeito da cultura de origem sobre a percepção do autor-visitante

A imagem de um destino é um compósito de vários produtos e atributos interligados numa impressão total e, como tal, a percepção final do destino poderá variar de acordo com a origem cultural do visitante (MacKay & Fesenmaier, 2000). Desde as últimas décadas do século passado, a imagem do destino tem sido reconhecida como um conceito valioso para a compreensão do processo de seleção desse mesmo destino por parte dos turistas. Se, tal como Waitt & Head (2002) admitem, os guias transportam muitas mensagens conotativas interessantes para a investigação sobre a promoção dos destinos, elas serão também

ferramentas importantes para a análise da visão dos autores não relacionados com os órgãos oficiais de promoção desses mesmos destinos.

Figura 11 Modelo proposto para a compreensão do processo de transmissão de estereótipos autor-leitor



Fonte: Elaboração própria

Albu (2013, p. 9) admite que a origem do visitante é um “atributo estereotipado que conecta o produto turístico a partir de emoções positivas ou negativas que podem ser atribuídas a determinadas nações” e que podem variar de acordo com o tipo de oferta de que o destino dispõe. Assim, os destinos podem ser vistos também como possuindo uma “narrativa multitextual” (Voase, 1999, p. 293), permitindo ao turista, em última instância, criar a sua própria imagem (ver figura 11).

Desta forma, a percepção do autor-visitante poderá ser **influenciada não só por estereótipos ou “auto-estereótipos”**, mas também pela cultura de onde o mesmo é originário, ainda que de forma inconsciente. Por este motivo, o narrador tende a descrever os destinos e os seus residentes em termos familiares para o seu público-alvo (Santos,

2004). Isto significa que a publicação de uma **visão estereotipada, ou enviesada**, poderá **conduzir a uma perpetuação** da mesma junto dos leitores das obras. Tal como admitem Chang & Holt (1991, p. 103), as “representações culturais no discurso turístico são prática poderosa” usadas por vários agentes do setor, dirigidos a uma audiência em particular e com significados e objetivos igualmente particulares. Assim, dentro dos vários tipos de discurso turístico, as “representações alternativas dos «mesmos» factos estão em constante estado de luta”, uma vez que os leitores tendem a aceitar este discurso de forma acrítica (Chang & Holt, 1991, p. 103). Testemunha dessa realidade, Stausberg & Auckland (2018) exploram as diferenças entre a forma como a China é representada nos guias ocidentais e chineses, concluindo que os “guias chineses prestam uma maior atenção aos aspetos históricos dos locais” (Stausberg & Auckland, 2018, p. 6).

Neste sentido, os destinos turísticos podem ser vistos como o conjunto de narrativas, incluindo meios escritos como livros e brochuras, mas também outros *media* visuais e não-verbais (Lichrou et al., 2008; Meethan, 1996; Voase, 1999).

Do exposto se pode inferir que os destinos são construídos pelas narrativas mas, em simultâneo, são locais de onde emergem narrativas (Lichrou et al., 2008). Narrativas estas que, em alguns casos, se tornam imagens turísticas do destino que “não são objetivas nem tampouco transparentes” (Mellinger, 1994, p. 776), podendo até considerar-se altamente seletivas e compostas por uma ideologia social e cultural ocidental (Santos, 2004, 2006), já que, e como notam Wynne-Hughes (2012), Lisle (2008) e Bhattacharyya (1997), os guias **são redigidos predominantemente por ocidentais e para um público ocidental**. Por este motivo, Lisle (2008, p. 171) defende que os guias Lonely Planet apresentam uma narrativa “hegemónica e imperialística”, tornando-se num “simples «manifesto» para privilegiados viajantes ocidentais”, problema semelhante ao que viria a ser encontrado por Buzinde (2010) e Tegelberg (2010) em relação às obras da mesma editora.

A problemática da relação entre a identidade e o turismo tem assistido, de acordo com Noy (2008), a uma crescente e vibrante investigação. Para o autor, a relação entre o turismo e a investigação no campo da narrativa não é surpreendente, já que é conhecida a relação entre a prática de turismo e as narrativas de viagem.

6.3. As editoras

Tal como analisado por Gonçalves (2015), grande parte das obras portuguesas deste período são de iniciativa pública, isto é, de organismos ligados ao poder político, enquanto no caso dos guias de origem estrangeira, todas as obras pertencem a editoras privadas. Não será alheio a isso o facto de, na segunda metade do século XIX, ser habitual empresas de transportes assumirem a responsabilidade pela produção de guias (Anisimov et al., 2016). A autora vai mais longe ao sugerir que durante o “Estado Novo ressoa a presença duma vigilância por parte das autoridades e dos serviços de turismo e cultura locais junto do corpo redactorial” (Gonçalves, 2015, p. 63). Ainda assim, e tendo em conta que grande parte dos turistas escolhe os guias “por estes serem de confiança e de um determinado editor” (Laderman, 2009, p. 118), torna-se importante conhecer os organismo responsáveis pela edição deste tipo de obras.

Abaixo (tabela 8) surgem alguns dos organismos nacionais. No que diz respeito aos editores portugueses, verifica-se um baixo número de publicações por editor e uma quase nula presença de edições sucessivas, sendo a maior parte das obras publicações avulsas.

Tabela 8 Editoras nacionais dos guias de Portugal

Origem	Editoras	Observações
Portuguesas	Bertrand	É uma editora portuguesa considerada uma das mais antigas editoras europeias, com perto de trezentos anos. Foi responsável pelo guia “Portugal” de 1941.
	Conselho Nacional de Turismo (CNT)	Criado em 1929, o Conselho Nacional de Turismo, órgão deliberativo e executivo, virá a sobrepor-se à Repartição de Turismo, tendo como competências, entre outras, o lançamento de publicações propagandísticas (Barros, 2016; Brito, 2011). Entre essas publicações, surge o guia “Como se visita Portugal” de 1932.
	Direcção-Geral de Turismo (DGT)	Organismo estatal criado em 1969 para promover o turismo nacional, coordenar e estimular a ação dos órgãos locais de turismo. Viria a ser extinta em 1986 com a criação do “Instituto de Promoção Turística”. Pouco antes da extinção, editaria o guia “Rota dos navegadores” em 1984.
	Empresa Nacional de Navegação (ENN)	Surge em 1881 para ligar Lisboa a Moçâmedes (Angola). É transformada numa sociedade anónima em 1918, passando a chamar-se Companhia Nacional de Navegação. No período de funcionamento, a ENN publica o “Guia do viajante em Portugal e suas colónias em África” (1907) em 2 volumes.
	Secretariado Nacional de Informação,	Criado em 1945 para substituir o Secretariado da Propaganda Nacional (SPN), tem sob a sua tutela o turismo. Foi extinto em 1968. No início da década de 1950, o SNI publica as obras “Cartilha da Terra Portuguesa”, descrito por

Cultura Popular e Turismo (SNI)	Raimundo (2015) como um “pretens ABC do turismo português copiado de publicações estrangeiras”, e “Bird’s eye view of Portugal”, ancorada ao discurso da época.
Sociedade Propaganda de Portugal (SPP)	Também chamado “Touring Club de Portugal”, foi criado em 1906. Procurava promover e divulgar Portugal como destino turístico, publicando diversas obras (Matos, Ana, et al., 2009). Apesar das diversas publicações dedicadas ao turismo, só foi localizado um guia dedicado a todo o país, com o título “Portugal” e publicado em 1929.
Automóvel Club de Portugal (ACP)	Com o fim da monarquia em Portugal, o Real Automóvel Club de Portugal passa a designar-se, em 1910, Automóvel Club de Portugal. Serão responsáveis pela publicação do guia “Portugal, the country of eternal spring: How to see Portugal” em 1940.

Fonte: Elaboração própria

No que diz respeito às editoras estrangeiras (analisar tabela 9) responsáveis pela edição dos guias sobre Portugal no período em análise, a realidade é diferente. Sobretudo nas últimas décadas do século XX, assistimos a uma produção diversificada e com edições sucessivas para atualização das informações. Para além da quantidade, diversidade e continuidade no tempo, observa-se um interesse significativos por parte de grandes editoras na produção de guias sobre Portugal.

Tabela 9 Editoras estrangeiras dos guias sobre Portugal

Origem	Editoras	Observações
Estrangeiras	Baedeker	Ver secções 3.1 e 3.2
	Berlitz	Nascida em 1878, tem na sua base o nome do fundador Maximilian Berlitz. Deu origem, entre outros, aos “ <i>Berlitz Pocket Guide</i> ” na década de 1990, embora já produzissem guias nas décadas anteriores (ver Penguin Books).
	Cadogan	Editora britânica pertencente à empresa <i>Interlink Publishing</i> , publicou guias entre as décadas de 1980 e 2000.
	Dorling Kindersley (DK)	Editora fundada em 1974 no Reino Unido. O primeiro guia sobre Portugal surgiu apenas em 1997 e foi redigido por Martin Symington.
	Fodor	Empresa fundada em 1949 por Eugene Fodor, em Paris. De acordo com Jarell (2011), foram responsáveis pela criação do primeiro guia moderno, revolucionando a indústria dos guias de viagem. No início da década de 1980 eram considerados os guias publicados nos Estados Unidos da América com mais visibilidade (Otness, 1980) e, por isso, transmitem um ponto de vista norte americano na informação apresentada (Satrústegui, 2005). Publicaram vários guias sobre Portugal a partir da década de 1950 em francês e inglês. Alguns dos guias são partilhados com Espanha (“ <i>Portugal and Spain</i> ”), mas a partir da década de 1960 surgem os guias dedicados apenas a Portugal.
	Frommer’s	Guias de origem norte-americana e criados por Arthur Frommer em 1957.
	Hachette	Ver secções 3.1 e 3.2

John Murray	Ver secções 3.1 e 3.2
Lonely Planet	Fundada pelo casal Maureen e Tony Wheeler em 1972 como uma pequena editora independente. Nos primeiros 15 anos, os guias Lonely Planet eram dirigidos a um público jovem que, tal como o casal fundador, desejava viajar por um custo baixo (Peel & Sorensen, 2016a; Satrústegui, 2005; Tegelberg, 2010). Na década de 1980 e 1990, com o crescimento das viagens independentes e a diversificação do público-alvo, irão passar de um pequeno nicho de mercado para a maior editora de guias a nível mundial (Lisle, 2008), como fica patente no estudo de Laderman (2002). Sobre Portugal publicaram, no período em estudo, uma 1.ª edição em 1997 e uma 2.ª em 1999.
Michelin	Se os guias Baedeker são considerados pais dos guias modernos, os guias verdes Michelin são considerados responsáveis pelo surgimento dos guias contemporâneos, com conteúdos “rigorosos e fiáveis, dirigidos a um viajante curioso e com um nível de cultura médio-alto” (Satrústegui, 2005, p. 200). No início do século XX, o automóvel vem oferecer a possibilidade de férias independentes para distâncias longas a algumas famílias com poder de compra para adquirir uma viatura. Como tal, não será surpresa que a empresa que patenteou o primeiro pneu para automóvel em 1895 fosse também pioneira nos guias dirigidos a automobilistas em 1900 (Honey & Stewart, 2002).
Penguin Books	A publicação dos guias Penguin iniciou-se no final da década de 1930. No início da década de 1990 os guias da Penguin Books passaram a ser publicados como “ <i>The Berlitz Travellers Guide</i> [...]”.
Automobile Association	Associação de automobilismo fundada em 1905 no Reino Unido. Desde o início da década de 1990 publica guias sobre Portugal.

Fonte: Elaboração própria

Conclusão

A investigação sobre este tema é ainda bastante espartilhada, no entanto, permite criar uma base teórica relativamente sólida e com perspetivas de diferentes pontos do mundo.

Os guias, para além de terem constituído um fenómeno cultural que ajudou à construção de perceções do espaço e a diferenciar identidades, foram também complexos artefactos que combinam interações culturais e de organização de marketing, integrando diversos tipos de elementos, nomeadamente os autores de diferentes atividades profissionais (Anisimov et al., 2016). Com origens no século XIX, o conceito de guia não é pacífico pelas características partilhadas com outras tipologias dentro da literatura de viagens e pela dificuldade em definir fronteiras precisas entre os diferentes géneros. Todavia, a origem do guia moderno é atribuída pela grande maioria dos autores às obras de Murray e Baedeker.

Para esta realidade contribuíram autores de diferentes quadrantes profissionais, com díspares abordagens e nacionalidades. De forma semelhante, a produção dos guias foi sendo assegurada por variadas entidades que vão desde instituições estatais até empresas associadas ao lazer ou de nicho, como é o caso das empresas ligadas ao setor automóvel ou aos caminhos de ferro. Por fim, tal como Proteau (2019), a presente investigação confirma a presença de várias mulheres na produção dos guias, presença essa que merecerá uma investigação futura mais detalhada.

O desenvolvimento do turismo e do perfil do turista irá decorrer em paralelo com o desenvolvimento dos guias de turismo. De um turismo elitista e com poucos recursos tecnológicos para a sua prática, a atividade irá de forma gradual transformando-se numa indústria de massas. Em simultâneo, os guias irão passar de obras que graficamente pouco se distinguiam de outros livros, para publicações de fácil transporte e maneabilidade, profusamente ilustradas e coloridas, espelhando também o desenvolvimento da indústria gráfica.

O capítulo seguinte irá apresentar a metodologia de investigação aplicada à presente investigação, na análise de textos e imagens. Serão ainda apresentados de forma antecipada alguns dos dados da investigação.

III. Fundamentação e Metodologia

Introdução

O presente capítulo irá apresentar a fundamentação para o tema escolhido e os respetivos objetivos. Apresentará igualmente a forma a metodologia usada durante a investigação, nomeadamente na forma como foram efetuados o levantamento, a seleção e o tratamento da informação dos guias. Reconhecendo a importância que a informação, seja ela em texto ou em imagem, para a presente tese, será efetuada uma análise em duas dimensões, debruçando-se sobre os textos dos guias, mas também sobre as imagens que ilustram estas obras, sejam elas fotografia, desenhos ou qualquer outro tipo de ilustração. Em ambos os casos, pretendemos desenvolver uma análise de conteúdo, extraído das mesmas, informações que nos possam dar a compreender o percurso da imagem de Portugal como destino, tanto para portugueses como para estrangeiros.

Assim o capítulo III estará dividido cinco partes fundamentais. Inicialmente será apresentado e justificado o tema escolhido, seguindo-se a explicações dos objetivos preconizados para a investigação. De seguida serão apresentadas a metodologia para seleção e tratamento da informação recolhida. Por fim, são expostas as limitadas encontradas ao longo da investigação.

7. Fundamentação do tema escolhido e objetivos

7.1. Tema

Para este estudo foi selecionado o período entre **o início do século XIX e o final do século XX**. A escolha do hiato temporal em análise não foi alheia aos diferentes períodos de evolução dos guias. O século XIX representou para este tipo de obras o período de **abertura à estrutura moderna dos guias** e do surgimento do turismo apoiado em novos transportes resultantes da revolução industrial e das tecnologias que daí advieram. É também o período em que nascem algumas das editoras de referência para os guias contemporâneos. Este é então o período em que, tal como defende Hazard (2016), se passa de uma literatura focada nas antiguidades e no património para uma literatura acessível à classe média e menos focada nos factos históricos. A análise terminará no final do século XX, compreendendo assim dois séculos. A investigação não se prolongará pelo século

XXI, uma vez que ainda se encontra em desenvolvimento o primeiro quartel deste século e porque o seu início marca uma proliferação do género, mas também de outros tipos de materiais de promoção, (Bratt, 2018; Quinteiro & Baleiro, 2017), marcando uma disrupção com a realidade vivida desde o século XIX, período no qual o objetivo dos guias era a “transcrição exata da realidade” (Allen, 1996, p. 218), verificando-se agora uma hibridização do género pela contaminação proveniente de outros tipos de *media* (Seoane, 2013), visível na investigação de Figueiredo & Pasuqetti (2016, p. 206) que identificam no discurso do turismo contemporâneo uma “comodificação da língua (homogeneização) e [...] uma mistura de vozes e indivíduos”. Alacovska (2013) lembra também os impactos negativos e irreversíveis que alguns acontecimentos tiveram no início do século XXI, nomeadamente atentados terroristas. Por esta razão, Wynne-Hughes (2012, p. 627) observa que o guia “*Lonely Planet*” para o Egipto faz a distinção entre os “«bons» e «maus» muçulmanos”, sendo que esta distinção pensada para atrair os ocidentais ao destino representado. Acresce ainda o facto de as novas tecnologias, nomeadamente através da web 2.0, terem provocado uma profunda revolução no contexto social e, em particular, no sector do turismo, que foi pioneiro no uso das novas ferramentas de comunicação (Mapelli, 2016), levando a que a indústria turística buscasse novas formas de comunicação mais próximas das exigências contemporâneas (Calvi & Bonomi, 2008). Neste contexto, emergiram novas formas de comunicação, nomeadamente fóruns, *blogs* e redes sociais, que cumprem as mesmas funções que outrora eram exclusivamente reservadas aos guias. Após o crescimento acelerado da indústria do turismo no século XX, verifica-se também um “grande aumento na procura por literatura de viagens de todos os tipos, com os guias a estenderem-se atualmente de um macrocosmo impossível [...], até a um obsessivo microcosmo” (Parsons, 2007, p. 287). Os séculos XX e XXI assistiram também a uma **fragmentação ideológica e social dos guias**, mais visível no aparecimento, por exemplo, de **guias de nicho**, guias feministas ou guias para homossexuais (Ketchum, 2019; Parsons, 2007).

A digitalização veio também criar dificuldades financeiras às empresas independentes que produzem ou produziam guias, levando a que muitas destas empresas familiares fossem vendidas a grandes empresas, como foi o caso da Frommer’s à Wiley em 2000 e, de seguida, a “*Fodor’s*” à “*Random House*” / “*Bertelsmann*”. A “*Lonely Planet*” foi adquirida pela “*BBC*” e, por fim, a “*Rough Guides*” e a “*Dorling Kindersley*” foram adquiridas pela “*Penguin*”/“*Pearson*” (Alacovska, 2013), apesar da expansão do mercado.

Neste contexto, Peel, Sørensen e Steen (2012) defendem que, no futuro, os guias, tal como são conhecidos hoje, serão transformados pela interseção entre o desenvolvimento tecnológico e as tendências na procura turística. Ainda assim, à entrada do século XXI, os guias mantinham-se como a forma mais popular de informação apesar de, face aos meios digitais, correrem o risco de estar desatualizados no momento da compra (Iaquinto, 2011; Prestipino et al., 2006), como admite o editor do guia Berlitz para Portugal em 1993 (Anderson et al., 1993). Neste sentido, os guias atuais procuram adaptar-se para satisfazer a procura difusa do turista atual (Satrústegui, 2005), bem como à fluidez de fontes e interpretações características da pós-modernidade (Walton, 2005).

Esta nova realidade traz diferentes variáveis ao estudo dos guias que parecem desviar-se da realidade vivida nos séculos XIX e XX, razão pela qual o presente estudo ficará delimitado aos dois primeiros séculos de existência dos guias modernos.

O recurso aos guias como fonte de investigação apresenta, na opinião de Antonescu & Stock (2014), duas características fundamentais. Em primeiro lugar, os guias debruçam-se sobre as atividades e locais que os turistas deveriam visitar, fornecendo informações sobre os destinos; em segundo lugar, a estandardização deste tipo de obras permite comparar diferentes edições ao longo de largos períodos e efetuar leituras sobre a geo-história do turismo.

7.2. Objetivos

Apesar de **subestimados na investigação** como admitem Gilbert (1999) e Koshar (2000), os **guias representam um potencial significativo para o estudo** dos destinos e para a história do turismo. Admitindo que a imagem de um país presente nos guias é dinâmica (McGregor, 2000; Peel et al., 2012; Peel & Sorensen, 2016a), e para a qual os guias contribuem de forma importante (Cordeiro, 2011a; Nelson, 2012; Zillinger, 2006), o presente estudo procurará traçar a evolução da imagem do destino Portugal de acordo com os guias dos séculos XIX e XX.

Através da análise da estrutura dos guias e do respetivo discurso, sem descurar a origem editorial e do responsável pela redação, **a investigação procurará desenvolver uma leitura da imagem de Portugal** como destino nos guias produzidos internamente, mas também fora do país durante o período em estudo. Para tal, tenciona-se desenvolver

uma análise de conteúdo dos textos de vários guias selecionados, publicados entre os séculos XIX e XX por editoras portuguesas e estrangeiras, de autores nacionais ou estrangeiros.

Tal como defende Young (2009), os turistas recorrem aos guias, entre outros, numa fase pré-viagem. É precisamente esta primeira imagem que se pretende trabalhar. No momento pré-viagem, este tipo de literatura permite ao leitor construir uma imagem mental do destino baseada nos textos e nas ilustrações escolhidas pelo autor/editor. As ilustrações são precisamente outro ponto da investigação. O presente trabalho tenciona também efetuar um levantamento e análise das ilustrações que acompanham os guias de Portugal, complementando assim a análise dos textos.

Para tal, a investigação terá como objetivo geral estudar os guias de turismo sobre o Portugal dos séculos XIX e XX, socorrendo-se das características que permitem efetuar uma leitura sobre a evolução da imagem do país como destino, recorrendo a um meio reconhecido por Tourlier (2000, p. 1) como “produtores de imagem”. Desta forma, tenciona-se **dissecar os guias redigidos por autores portugueses e estrangeiros** no referido período temporal. Esta investigação pretende igualmente contribuir para o **aprofundamento do conhecimento sobre o destino Portugal**, a forma como foi encarado pelos editores e autores, nacionais e estrangeiros, ao longo destes dois séculos e, desta forma, descortinar qual a imagem que chegava até aos (potenciais) turistas, recorrendo a uma fonte cuja “polivalência do seu valor documental [...] oferece uma série de informações, comentários e aspetos que correspondem a uma visão específica” (Durand, 2005, p. 49) do local percorrido. Procurará também **contribuir para um melhor conhecimento sobre os guias de turismo e sobre a evolução** sofrida por este tipo de obras no período em análise.

Decorrentes da definição do objetivo geral, os objetivos específicos desta investigação procurarão detalhar os caminhos a seguir pela mesma. Assim, a presente investigação terá como objetivos específicos:

- a) **Compreender a imagem de Portugal como destino** nos séculos XIX e XX, estudando a evolução da imagem do país no período em análise de acordo com a informação textual e as ilustrações presentes nos guias;
- b) **Analisar a forma como os portugueses eram apresentados** por autores estrangeiros e portugueses no período em análise, a sua evolução e as suas peculiaridades;

- c) **Averiguar as diferenças na forma como o país era descrito** por autores portugueses e estrangeiros;
- d) **Estudar a forma como a paisagem é apreciada pelos autores** estrangeiros e portugueses no período em análise, percebendo as mutações operadas na valorização da paisagem nos séculos XIX e XX;
- e) **Compreender de que forma o desenvolvimento económico e social** (ou ausência dele) **foi sendo relatado** pelos guias de turismo e quais os momentos de viragem;
- f) **Averiguar de que forma a religião e as crenças do povo português foram analisadas pelos autores dos guias.** Em simultâneo, interessará perceber a evolução das mesmas e a forma como transparecem nos guias.

No final da investigação, procurar-se-á fornecer ao leitor uma imagem de Portugal como destino turístico ao longo dos dois séculos em análise, tendo como ponto de referência a forma como o país era visto e descrito pelo autores e respetivas editoras.

7.3. Pesquisa e seleção dos guias

Para a pesquisa e seleção dos guias da presente investigação foram procuradas as obras que se debruçassem sobre o território português, com ou sem as ilhas dos Açores e Madeira, sendo que por vezes a obra surge em conjunto com Espanha, uma vez que com “demasiada frequência Portugal é considerado como uma continuação, e por vezes como uma província de Espanha” (Bell, 1912, p. V). Bergman (2012) explica que este fenómeno, visível também noutras regiões, visava agregar no mesmo volume países unidos pela língua, cultura ou história. Não foram selecionados guias sobre regiões ou cidades em específico, bem como guias temáticos, embora estes sejam vistos como reflexo da variedade de turismo praticado no local a que se referem (Antonescu & Stock, 2014). Contudo, dada a escassez deste tipo de obras com autoria nacional no século XIX, abre-se uma exceção para esse período, acolhendo abordagens a regiões, cidades ou ainda a guias temáticos. Este parêntesis metodológico permitirá também analisar o primeiro guia português moderno de 1853 sobre Lisboa e arredores.

Para tal, recorreu-se ao catálogo *online* da Biblioteca Nacional (<http://catalogo.bnportugal.pt>), de algumas bibliotecas distritais, ao site “The European

Library” (<http://www.europeana.eu>), à “British Library” (<http://explore.bl.uk>), à “Library of Congress” (www.loc.gov) e à “Bibliothèque Nationale de France” (<http://catalogue.bnf.fr>), entre outras bibliotecas de referência espalhadas pelo mundo. Nesta pesquisa foi possível localizar alguns exemplares que já se encontram digitalizados, regra geral obras do século XIX, mas também do início do século XX, e assim iniciar uma seleção dos guias que, eventualmente, poderiam estar ou não acessíveis fisicamente. Nesta fase o site archive.org desempenhou um papel extremamente importante na localização de guias digitalizados, tornando possível o acesso a obras que não foram editadas em Portugal. Este processo foi sistematizado numa folha *excel* de forma a que a informação estivesse acessível e fosse de leitura rápida e fácil.

Tabela 10 Guias analisados

Ano	Título
1820	<i>An itinerary of Spain and Portugal, or a complete guide to travellers through those countries</i>
1845	Guia de viajantes em Lisboa e as suas vizinhanças
1853	Novo Guia do viajante em Lisboa e seus arredores
1855	<i>A Handbook for Travellers in Portugal</i>
1859	Guia Luso-Brazileiro do viajante na Europa
1865	Roteiro do viajante no continente e nos caminhos de ferro de Portugal em 1865
1869	<i>O'Shea's guide to Spain and Portugal</i>
1872	Novo guia do viajante em Lisboa
1875	<i>Travels in Portugal</i>
1886	<i>Nueva guia del viajero en España y Portugal</i>
1886	Guia portátil do Viajante em Portugal e itinerarios das viagens circulatorias em Hespanha e França
1888	<i>Portugal: impresiones para servir de guia al viajero</i>
1894	<i>Bradshaw illustrated handbook to Spain and Portugal</i>
1898	<i>Spain and Portugal: Handbook for travellers</i>
1905	Manual do viajante em Portugal
1909	Portugal
1912	<i>In Portugal</i>
1913	<i>The tourist's Spain and Portugal</i>
1924	<i>Manual del viajero y del turista</i>
	Guia de Portugal
1929	<i>Southern Spain and Portugal with Madeira</i>
	Portugal

1930	<i>A satchel guide to Spain and Portugal</i>
1932	Como se visita Portugal
1937	Guia do excursionista
1940	Manual do viajante em Portugal
1941	<i>Portugal guide-book</i>
1943	Almanaque-Guia de turismo
1949	<i>The selective traveller in Portugal</i>
1950	A cartilha da terra portuguesa
	<i>Bird's eye view of Portugal</i>
1956	Roteiros de Portugal
1958	Guia histórico-turístico de Portugal
	<i>Guide to Sunny Portugal</i>
1961	Guia turística alfabética de Portugal
1962	<i>All the best in Spain and Portugal</i>
	<i>A pocket guide to Portugal</i>
1968	Portugal: guia turístico
1969	<i>Portugal and Madeira: A guide and gazetteer</i>
1970	Portugal, Madeira
1982	<i>Traveller's guide to Portugal</i>
	<i>Portugal: Blue Guide</i>
1984	<i>Welcome to Portugal</i>
1985	<i>Spain and Portugal 1985</i>
1986	<i>Portugal: A visitor's guide</i>
1987	Guia turístico cultural e artístico de Portugal
1988	<i>Blue guide: Portugal</i>
	<i>A Pocket guide to Portugal and the Portugese Azore</i>
1989	<i>Birnbaum's Spain&Portugal 1990</i>
1990	<i>Fodor's 90 Portugal</i>
	Portugal
	<i>The Penguin Guide to Portugal</i>
1991	<i>Let's go: Spain, Portugal and Morocco</i>
1993	Portugal
1994	<i>Spain & Portugal</i>
	<i>Frommer's Portugal '94 - '95</i>
1995	<i>Let's go: The budget guide to Spain & Portugal</i>
1997	<i>Portugal, Madeira – the Azores</i>
	Portugal (1. ^a ed.)
	<i>Portugal: pocket guide</i>

1998	Portugal
	<i>Insight Guides: Portugal</i>
	Portugal
	Portugal
1999	Portugal with Madeira & the Azores
	Portugal (2. ^a ed.)

Fonte: Elaboração própria

O universo encontrado nos catálogos foi filtrado por língua, sendo selecionados guias em português, inglês e espanhol, abrangendo o período em análise.

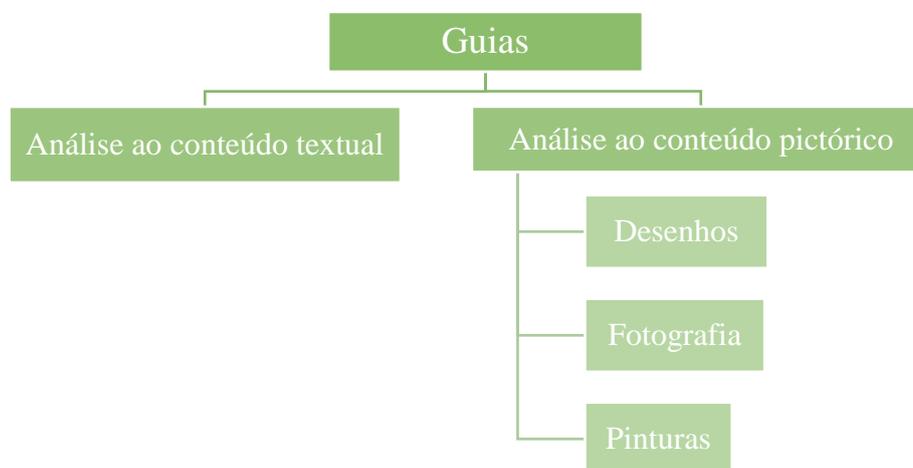
Esta investigação procurará ser transversal aos três caminhos apontados (Mazor-Tregerman et al., 2017), estudando o discurso dos guias, sem descurar a autoria e edição, numa abordagem holística às obras que constituem o *corpus* de análise.

Dada as díspares abordagens existentes neste tipo de literatura, optou-se por seleccionar apenas as obras que seguem, pelo menos de forma aproximada, a estrutura clássica dos guias de viagem lapidada ainda no século XIX. Assim, procurou-se analisar apenas os guias compostos por uma parte inicial dedicada ao enquadramento do destino (em termos sociais, económicos, históricos), notas úteis aos viajantes (como reagir, como comportar-se, o que esperar dos locais) e uma segunda parte, regra geral, dedicada à descrição do destino. Este critério conduz à exclusão de algumas obras, como por exemplo “Off the beaten Track: Portugal” (Timmons, 1992) por não cumprirem esta estrutura, limitando-se à descrição do país sem as informações de carácter utilitário, “hierarquiza[ndo] o território de modo a fazer sobressair as zonas que potencialmente agradam aos viajantes mais aventureiros, construindo uma imagem de Portugal em redor dos espaços menos explorados” (Gomes & Alves, 2013, p. 244) e apoiando-se em nove itinerários. Terminada a pesquisa, filtragem e feita a seleção, foram analisados os guias presentes na tabela 10.

7.4. Tratamento da informação

Nesta investigação proceder-se-á ao tratamento e interpretação de duas fontes secundárias: os **textos** e as **imagens presentes nos guias**, tal como refletido na figura 12. Apesar da produção de uma fonte secundária estar fora do controlo do investigador, no caso do turismo, estes materiais estão presentes na rotina dos turistas, refletindo a forma como as entidades criadoras veem e promovem o destino. É também reconhecido que esses materiais refletem os valores e a ideologia dos seus produtores e consumidores, moldando a forma como estes se comportam nos destinos (Jokela & Raento, 2012).

Figura 12 Elementos em análise



Fonte: adaptado de: Rodrigues, 2017

7.4.1. Análise aos elementos textuais

Após a seleção dos guias a estudar, foi efetuado um resumo da estrutura de cada um, de forma a sistematizar a informação e facilitar a compreensão dos mesmos. Esta primeira abordagem permitiu perceber as semelhanças e diferenças entre guias, editores, autores e períodos de produção.

Foram localizados e consultados **14 guias do século XIX e 57 do século XX**, de autoria estrangeira e portuguesa.

Para esta investigação, recorreu-se à análise de conteúdo/discurso (Lune & Berg, 2017), método esse que corresponde à natureza do fenómeno a ser estudado e por esta ser uma técnica recorrentemente utilizada na investigação das diferentes formas da condição e

da comunicação humana, verificando-se nos últimos anos um crescimento no número de investigações que recorrem à análise de conteúdo (Neuendorf, 2002), nomeadamente no que diz respeito ao turismo (Bengtsson, 2016; Camprubí & Coromina, 2016). Esta técnica reconhece, segundo vários autores, de forma intensa o ponto de vista do autor sobre o mundo que o rodeia (Qian et al., 2018). Desta forma, e tendo em conta o objetivo do presente estudo, a análise de conteúdo revela-se como a solução mais adequada.

Hannam & Knox (2005) consideram que a natureza de uma análise qualitativa tende a ser mais desafiadora do que a de uma análise quantitativa, uma vez que, no caso da análise quantitativa, já existem técnicas e procedimentos standardizados, enquanto a análise qualitativa é mais flexível, sofrendo de uma grande variabilidade na forma como os dados são abordados. O mesmo autor reconhece, no entanto, que nos dias de hoje existe já um sólido aparato bibliográfico sobre esta técnica. A sua pertinência é comprovada por Hannam & Knox (2005) ao considerarem que a mesma pode ser aplicada em brochuras de turismo. Os mesmos autores reforçam esta ideia ao afirmarem que a análise de conteúdo pode ser usada para “explorar como as diferentes pessoas e locais são representados ao longo do tempo” (Hannam & Knox, 2005, p. 23), modelo de análise esse que se aproxima do pretendido na presente tese.

A document is any material that provides information on a given social phenomenon and which exists independently of the researcher's actions. Documents are produced by individuals or institutions for purposes other than social research, but can be utilized by the researcher for cognitive purposes. (Corbetta, 2003, p. 287)

Na linha de pensamento de Corbetta (2003) e Veal (2006), a realidade a ser estudada justifica uma abordagem qualitativa, isto é, de acordo com um paradigma construtivista (ver tabela 11 e figura 13), materializada através de uma análise do discurso das obras, guiado pela preocupação em compreender o fenómeno em estudo. Esta perspetiva pretende, ao contrário do paradigma positivista baseado nas noções científicas de “explicação, previsão e controlo”, fundar-se na “compreensão, significado e ação” (Coutinho, 2011, p. 14). Entende-se por paradigma o conjunto básico de convicções que servem de guia à investigação, sendo composto por três elementos: epistemologia, ontologia e metodologia (Denzin & Lincoln, 1994; Guba & Lincoln, 1994).

Tabela 11 Critérios do paradigma construtivista

Paradigma construtivista	
Denominações	Humanista; Naturalista; Hermenêutico; Qualitativo; Ecológico; Fenomenológico; Etnográfico
Fundamento teórico	Fenomenologia; Interacionismo simbólico; Antropologia
Natureza da realidade	Múltipla; Dinâmica; Construída; Holística; Divergente; Interna; subjetiva
Lógica	Indutiva/descritiva; interpretativa
Tipo de conhecimento	Explicação ideográfica; hipótese de trabalho; interpretativa
Finalidade da investigação	Compreender; Interpretar; Descobrir significados; Hipóteses de trabalho
Valores	Incluídos; Explícitos; Influentes
Ética	Intrínseca
Relação sujeito/objeto	Dependência; Inter-relacionadas; Implicação do investigador
Relação teoria e prática	Relacionadas, unidas; Retro-alimentação mútua
Papel da teoria	As construções teóricas emergem da situação;
Estilo do investigador	Seletivo
Desenho do estudo	Emergente
Quadro da investigação	Natural
Condições para a recolha de dados	Livres

Fonte: Coutinho, 2011:21

O cariz qualitativo da presente investigação leva a que a mesma siga a seguinte lógica temporal:

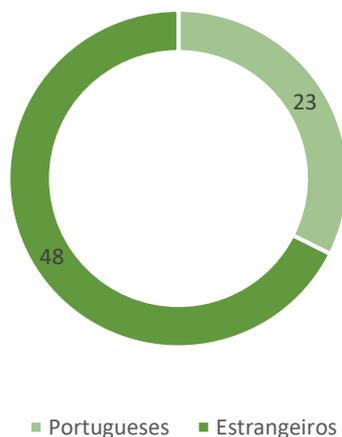
Figura 13 Desenvolvimento de uma investigação qualitativa



Fonte: adap. de: Coutinho, 2011

Assim, numa abordagem qualitativa, a teoria surge à *posteriori* dos factos e a partir da análise dos dados recolhidos, podendo-se considerar como uma teoria de tipo interpretativo, isto é, não é anterior aos dados, surgindo a partir dos mesmos (Coutinho, 2011).

Gráfico 3 Distribuição por origem dos guias consultados (séc. XIX e XX)



Fonte: Elaboração própria

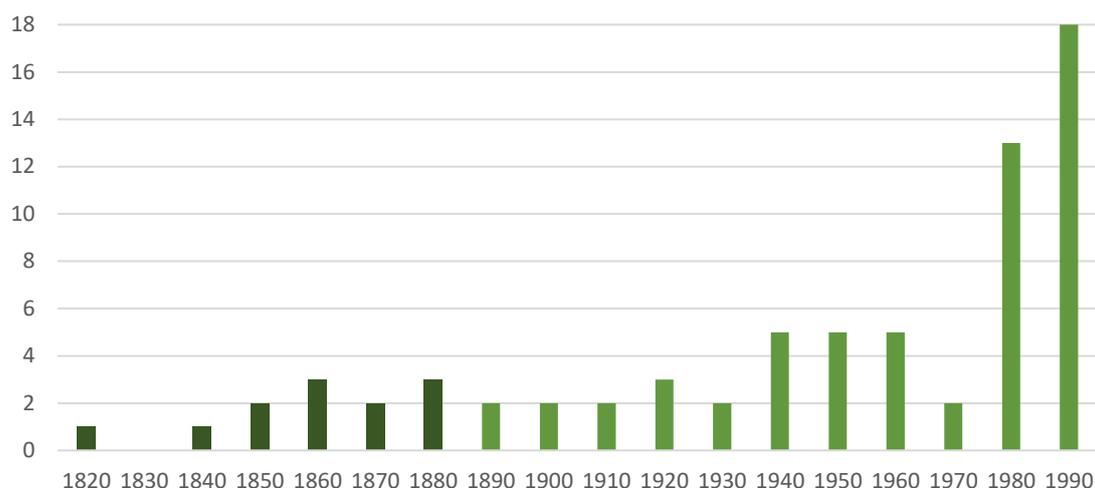
A aplicabilidade desta técnica ao presente estudo é reconhecida por Hannam & Knox (2005) ao afirmarem o seguinte:

[...] content analysis could be used on an archive of tourist brochures to explore how different styles of people and places are represented at the same time or over time.
(Hannam & Knox, 2005, pp. 23–24)

É precisamente nesta perspetiva exemplificada por Hannam & Knox (2005) que a presente investigação pretende desenrolar-se, recorrendo à análise de conteúdo dos guias de viagem de forma a perceber como o país foi sendo representado nestas publicações ao longo dos dois séculos, selecionados.

Para tal, e tal como é possível verificar no gráfico 3, foram analisados **perto de 50 guias**, sendo estes na **grande maioria de origem estrangeira**. No que diz respeito à década de produção (analisar gráfico 3 e 4), o século XX domina no número de obras, com uma concentração especial nas últimas duas décadas.

Gráfico 4 Distribuição dos guias consultados por década (século XIX e XX)



Fonte: Elaboração própria

7.4.2. Análise de imagens

From the photographs posters, on postcards slides, snap-shots to and in those advertising brochures, souvenir booklets, Travel and magazines, there of pictorial for is vast body a evidence studying visual imagery in tourism. (Albers & James, 1988, p. 135)

Há mais de trinta anos, Albers & James (1988) reconheciam a posição dominante da fotografia no mundo moderno e a omnipresença no turismo, onde desempenha um papel crucial na promoção dos destinos (Garrod, 2008). Aliás, MacKay & Fesenmaier (1997) lembram que a promoção de um destino é feita, regra geral, com recurso a fotos. A ligação entre ambas (atividade turística e fotografia) é de tal forma indissociável que, o ato de tirar fotografia é visto como arquétipo da atividade turística (Human, 1999). De facto, a sociedade atual vive num mundo hipervisual (Bassalo & Weller, 2011) que, em parte, é fruto do desenvolvimento tipográfico e da técnica fotográfica decorrida no período inicial desta investigação, o século XIX. Não será alheio a esta realidade, o facto de a análise de dados visuais se ter destacado entre os métodos qualitativos nos últimos anos (Rodrigues, 2018), ajudando a suprimir o pouco conhecimento que outrora existiu sobre a relação entre a fotografia e o turismo, como na década de 1980 admitira Albers & James (1988, p. 135) no seu “esforço preliminar para dar substância e estrutura” às orientações metodológicas. Atualmente é reconhecido o papel vital da fotografia para a criação e comunicação da

imagem de um destino (MacKay & Couldwell, 2004). Ainda assim, qual o interesse da fotografia para a investigação em turismo e qual a relação entre ambos?

Desde a invenção da **fotografia** na primeira metade do século XIX, assistiu-se a uma **proliferação da mesma**, tornando-se assim uma parte do processo da pós-modernização e parte fundamental no desenvolvimento do turismo (Urry, 2002). Em paralelo, assistiu-se ao desenvolvimento do turismo de massas, sendo possível afirmar que ambos, **fotografia e turismo de massas, se desenvolveram lado a lado e numa relação intrínseca** (Garrod, 2009; Lian & Yu, 2017).

Tabela 12 Principais componentes de uma fotografia

Conteúdo	Inclui toda a informação contida na imagem
Composição	A forma como toda a informação se encontra ligada entre si.

Fonte: Albers&James, 1988

Não é fácil encontrar uma definição/conceito para “imagem”, sendo certo que não existe uma imagem, mas sim várias imagens, diferentes entendimentos e perspetivas (Rodrigues & Costa, 2017). É também por este motivo que o espaço ocupado pelos dados visuais nas Ciências Sociais, não é consensual e conduzindo à marginalização do recurso a materiais visuais, ainda que, a “sociologia e a fotografia [bem como o turismo moderno] partilhem aproximadamente a data de nascimento” (Emmison & Smith, 2007, p. 22) entre a década de 1830 e 1840.

De qualquer forma, é possível assumir que “em várias épocas e ao longos dos tempos as imagens foram sempre produzidas com determinada razão e com uma dada utilização”, propondo sempre estabelecer uma relação entre o Homem e o mundo (Rodrigues & Costa, 2017, p. 7). Esta análise não pode deixar de ter presente as duas principais componentes de uma fotografia e que se encontram plasmadas na tabela 12.

Nesta análise interessa **conhecer as mensagens transmitidas pelas gravuras e fotografias** presentes nos guias, já que estas são omnipresentes na sociedade e, por isso, um exame à representação visual pode ser potencialmente incluído em todos os estudos da sociedade (Banks, 2009).

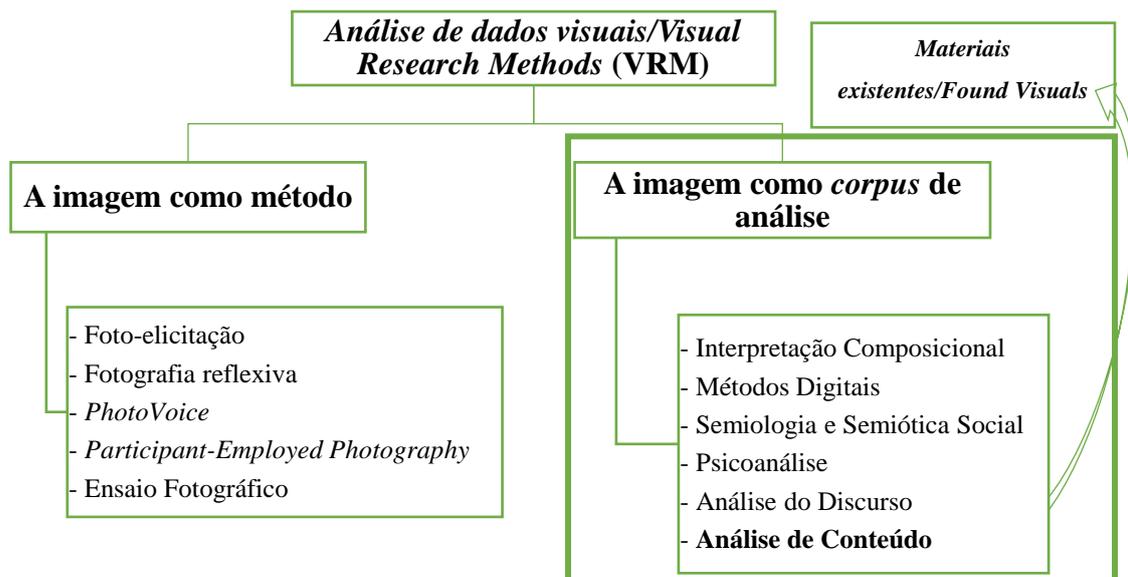
Brotherton (2015) defende também que a aplicação de técnicas de etnografia/antropologia visual não depende apenas de fotos, podendo ser aplicadas noutros

formatos físicos ou digitais. Confirmando a importância das mesmas, Bassalo & Weller (2011, p. 2) defendem que, mais do que as palavras, “as imagens produzem sentimentos, identificação, favorecem lembranças, disparam a imaginação, a introspecção, entendimentos, anunciam ou denunciam uma realidade, evocam memórias pessoais e visões de mundo”. Já Azevedo (2017, p. 1011) acrescenta que uma fotografia “pode ser uma representação da identidade de um lugar, contagiar emoções, simular/emular experiências e motivar a visita ao destino”. Albers & James (1988, p. 136) vão mais longe e consideram a fotografia como a “maior força de manipulação do imaginário”. As representações fotográficas são, afinal de contas, o meio pelo qual as características originais do destino são apresentadas (Hunter, 2010), oferecendo um registo restrito mas poderoso das ações temporais e dos acontecimentos reais (Loizos, 2002).

*But photography involves an additional factor in the process of information transfer
[...]. (Wright, 2011)*

Ipiranga (2016) reconhece que a fotografia, além da relação com um acontecimento real para o qual aponta, apresenta uma relação de semelhança com o real, o que permite descrevê-la e quase percecioná-la. Desta forma, é também reconhecido que a imagem e a visualidade constituem uma temática recorrente nas ciências sociais, visto que a comunicação visual é “uma das mais antigas formas de comunhão colectiva” (Campos,

Figura 14 Papéis que o elemento visual pode assumir num processo de pesquisa qualitativa



Fonte: Rodrigues, 2017

2011, p. 240). A análise aos materiais visuais é especialmente popular na antropologia e na sociologia, existindo já várias revistas científicas dedicadas a este método de investigação (Ball & Smith, 1992; Pauwels, 2011). Torna-se assim visível a versatilidade e importância da análise pictorial, bem como a multiplicidade de *outputs* que dela podem resultar, já que estas “expressam aqueles que estão diante da câmara, tal como os que estão por detrás da mesma” (Campos, 2011, p. 250).

Banks (2007) defende que existem duas boas razões para o uso de imagens na investigação. A primeira razão prende-se com a já referida omnipresença das imagens na sociedade contemporânea, desta forma, as representações visuais devem potencialmente ser consideradas em todos os estudos que envolvem a sociedade, algo também referido por Joly (2007), chamando-lhe invasora e omnipresente. O autor aponta como segunda razão para recorrer a imagens, a possibilidade de efetuar algumas considerações e perspetivas de teor sociológico que, de outra forma, não estariam acessíveis. Porém, verifica-se ainda alguma resistência ao recurso aos elementos visuais na investigação. Para este problema são apontadas por Heisley (2001) seis razões:

- a) No geral, o elemento visual é ainda considerado menos sério pelo mundo académico;
- b) O entendimento visual é acessível a todos, permitindo a quem observa múltiplas interpretações. Esta perda de controlo pode ser desconfortável e ameaçadora para o investigador;
- c) Os investigadores não estão ainda familiarizados com o uso do vídeo como fonte de dados;
- d) Os investigadores são ainda influenciados pela ideia de que as palavras são mais *intelectualizadas* do que as imagens;
- e) Parece não existir ainda uma revisão de pares que legitime a sua adoção;
- f) É muito trabalhoso e exigente.

A origem dos materiais visuais é reconhecida como sendo uma das mais sólidas e básicas formas de distinção neste tipo de investigação, isto é, a distinção entre **materiais pré-existentes** (“*found*” *visuals*) e materiais gerados pelo investigador. As imagens pré-existentes são produzidas diariamente sem intervenção do investigador, compondo uma oferta com uma natureza de grande abrangência, que vão desde informações de carácter *naive*, utilitário, mundano ou com características muito profissionais, sendo-lhe

reconhecido um grande potencial para a investigação (Hughes, 2012; Pauwels, 2011, 2015). Todavia, Pauwels (2011, p. 6) defende que o recurso a imagens pré-existentes acarreta quatro consequências no que diz respeito a quatro aspetos importantes:

- a) A natureza e a quantidade dos diferentes aspetos da produção dos materiais;
- b) Acesso ao campo de investigação;
- c) Conhecimento sobre o amplo contexto etnográfico;
- d) Uso aceitável dos materiais e eventuais problemas éticos.

O mesmo autor reconhece também que o recurso a *found visuals* apresenta vários desafios, nomeadamente no que diz respeito ao contexto em que a imagem fora produzida (Pauwels, 2015). Por outro lado, Pauwels (2011) defende igualmente que o recurso a imagens produzidas especialmente para a investigação fornece um maior controlo na forma como estas são recolhidas, porém a presente investigação baseia-se em fotografias/imagens produzidas e publicadas no passado. Por estes motivos, os *found visuals* “representam uma categoria híbrida” (Pauwels, 2015, p. 49).

Desta forma, a presente investigação recorre a **imagens pré-existentes**, que foram produzidas para outros efeitos, enquadrando-se nos previamente mencionados *found visuals*. Para levar a cabo esta análise de conteúdo Bell (2001) e Bock, *et al.* (2011) defendem que as categorias de conteúdos têm de ser definidas de forma clara e inequívoca, e igualmente empregues de forma consistente, de forma a produzir resultados relevantes e consistentes para uma hipótese. Acrescenta ainda que, para definir, observar e quantificar categorias de conteúdo, é necessário que primeiro se definam as variáveis de representação relevantes. Admitindo que as mesmas podem conter mensagem na forma conotativa, a análise foca-se, à semelhança da distinção defendida por Barthes (1977), nos elementos denotativos e que se evidenciam de forma clara.

Rose (2016) apresenta as **cinco formas principais para a análise de imagens**: a análise composicional, a **análise de conteúdo**, a análise semiótica, a psicanálise e a análise de discurso. Reconhecida a importância dos elementos pictóricos para as ciências sociais, nomeadamente para o turismo, pretende-se assim desenvolver uma **análise de conteúdo às imagens** presentes nos guias, seguindo o enquadramento para a pesquisa visual proposta por Pauwels (2011, p. 5), em busca de “aceções latentes” (Rose, 2001, p. 138) nas imagens que ilustram os guias. O desenvolvimento recente deste tipo de ferramentas torna-as também, de acordo com Rodrigues, *et al.* (2017), desconhecidas de muitos investigadores,

tendo-se registado, até, alguma relutância no uso das mesmas (Rodrigues, 2018; Stepchenkova & Mills, 2010). O método de análise de conteúdo contrasta com o da análise composicional, com Rose (2016) a considerar que o primeiro é metodológico explícito e baseado em regras e procedimentos rigorosos, enquanto o segundo sofre de um “silêncio metodológico” (Rose, 2016, p. 85). O autor divide a análise de conteúdo em quatro passos; i) a **localização das imagens**, isto é, os *found visuals* tal como representado na figura 14, ii) a **divisão em categorias para codificação**, iii) a **codificação** e a iv) **análise de resultados**. De acordo com Saldaña, pode considerar-se “código” uma “palavra ou pequena frase” (Saldaña, 2009, p. 3) que atribui um significado ou atributo a uma porção da imagem, resumindo-a.

A análise de conteúdo pode ser um método quantitativo ou qualitativo. No caso da primeira abordagem, este método procura contabilizar e medir critérios de interesse, traduzindo-os em percentagem ou números, enquanto a abordagem qualitativa não recorre à contabilização dos elementos presentes na imagem, mas sim, à tradução em “códigos” e à atribuição de significados a esses elementos, procurando padrões nas imagens analisadas (Emmison & Smith, 2007; Langmann & Pick, 2018).

Esta análise permite corroborar ou contrariar a análise dos textos das obras seleccionadas e, como é intenção da presente investigação, perceber qual a evolução da imagem do destino Portugal segundo as representações pictóricas presentes nos guias. Considera-se esta abordagem pertinente, uma vez que a imagem de um destino é reconhecida como um elemento fundamental no momento em que um indivíduo planeia uma viagem (Marine-Roig & Ferrer-Rosell, 2018). Apesar do longo historial que a análise pictórica tem nas ciências sociais, esta ainda não atingiu o nível de desenvolvimento que a permitam ser completamente aceite e usada com frequência (Langmann & Pick, 2018), embora tenha uma longa tradição de quase cinco séculos na história da arte. De uma forma sumária, importa perceber o que Sekula (1982, p. 84) apelida de “discurso fotográfico”, já que estas imagens transportam consigo algum tipo de mensagem e sobre a qual é reconhecida uma “retórica tendenciosa” (Sekula, 1982, p. 87). Estas afirmações de Allan Sekula, aliadas aos resultados apresentados no estudo de Molina & Esteban (2006), reforçam a pertinência da investigação.

Dada a profusão de fotos e ilustrações nos guias do final do século XX, optou-se por **analisar apenas as imagens maiores**. Este método de seleção permite oferecer um foco nas fotos que, pela sua dimensão e destaque, terão sido as mais importantes para o

autor da obra, ocupando pelo menos 1/3 da página e a largura total da mesma. Nos guias mais recentes, como é o caso da obra “Portugal with Madeira & The Azores” de 1997, compostos por centenas de imagens, optou-se por analisar as fotos que ocupam pelo menos uma página inteira. No outro extremo, encontram-se guias cujas imagens têm todas dimensões semelhantes, como é o caso do guia Michelin “Portugal e Madeira” de 1970. Neste caso, optou-se por analisar todas as imagens.

- **Processo de interpretação fotográfica**

Bohnsack (2010) defende que, apesar dos progressos registados nos métodos de análise qualitativa nas últimas décadas, tem-se assistido a uma marginalização das imagens. Para a presente investigação recorre-se a uma análise de conteúdo de carácter qualitativo, permitindo averiguar a existência de padrões na representação de Portugal nas imagens presentes nos guias.

Para não enviesar a análise é necessário ignorar por completo todo o conhecimento prévio que eventualmente se tenha sobre os elementos representados (Bohnsack, 2010), já que o ato de “interpretar fotografias é profundamente impuro” (Langmann & Pick, 2018, p. 103). Todavia, visto que as fotografias são suscetíveis de várias interpretações, Albers & James (1988) defendem que o investigador deverá identificar a mensagem implícita na mesma.

Tabela 13 Três tipos de interpretação visual segundo Panofsky

	Objeto de interpretação	Ato de interpretação	Equipamento para a interpretação
I	Primário ou Natural	Pré-iconográfico	Experiência prática (familiaridade com os objeto e eventos)
II	Secundário ou Convencional	Iconográfico	Conhecimento de fontes literárias (familiaridade com temas e conceitos específicos)
III	Intrínseco ou Simbólico	Iconológico	Intuição sintética (familiaridade com as tendências essenciais do espírito humano)

Fonte: Panofsky (1989, p. 38)

Bohnsack (2010) defende que a estrutura formal de uma imagem se encontra dividida em três dimensões, isto é, a estrutura planimétrica total, a coreográfica cénica e a

projeção perspetivista. Precisamente para evitar um enviesamento e para proporcionar um olhar neutro no estudo das figuras à semelhança da investigação desenvolvida por Rodrigues *et al* (2015), esta análise irá ser desenvolvida de acordo com o primeiro e segundo níveis de Panofsky, identificando apenas os elementos visíveis na imagem.

De acordo com Panofsky (1989) o primeiro nível, significado primário ou natural, é subdividido em factual e expressional. Esta primeira fase, e tal como está espelhado na tabela 13, é caracterizada pela identificação de formas puras, ou seja, as configurações que o objeto assume ou a cor, sendo estas reconhecidas como portadoras de significados primários ou naturais. A enumeração destes motivos é encarada pelo autor como descrição pré-iconográfica. O segundo nível, significado secundário ou convencional, é apreendido pela compreensão de, exemplifica Panofsky (1989), um grupo de figuras sentadas a uma mesa segundo um certo arranjo e em determinadas posições, representa a Última Ceia. Assim, os motivos presentes na imagem e reconhecidos como portadores de um significado secundário ou convencional entram no domínio daquilo que é referido como iconografia. Por sua vez, o terceiro nível, significado intrínseco ou conteúdo, é apreendido pela averiguação dos princípios subjacentes. Esta análise pré-iconográfica permite enriquecer o primeiro ciclo de codificação das imagens, uma vez que os códigos gerados previamente e durante a análise das imagens resultam da identificação e familiaridade com os objetos retratados.

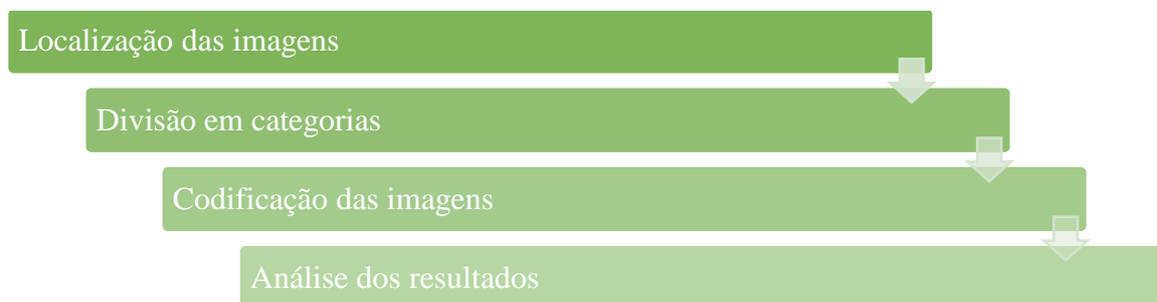
Segundo Rose (2016) e como referido anteriormente, a análise de conteúdo de imagens é baseada na contagem da frequência de certos elementos visuais. Desta forma, a autora define quatro passos (ver figura 15) para uma análise de conteúdo das imagens:

- Localização das imagens: De acordo com as estratégias (aleatória, estratificada, sistemática e de *cluster*) para a recolha da amostra defendidas por vários autores. A recolha da amostra para a presente investigação seguirá uma estratégia aleatória das imagens presentes nos guias de viagem.
- Divisão em categorias para codificação: Após a seleção da amostra a ser trabalhada, o passo seguinte será atribuir-lhes diferentes categorias para codificação, processo este fundamental para o rigor da análise. Segundo Rose (2016), esta divisão deverá ser exaustiva, exclusiva (para evitar sobreposições) e esclarecedora.
- Codificação das imagens: O processo de codificação das imagens deverá ser cuidadoso e sistemático, com cada imagem a ser cuidadosamente

examinada e todos os códigos relevantes associados à mesma (Rose, 2016), num “procedimento pouco complicado, mas especialmente problemático” (Bock et al., 2011, p. 268). Saldaña (2009) divide este período em dois ciclos. O autor considera que no primeiro ciclo se encontram os processos que se desenrolam durante a fase inicial de codificação, enquanto o segundo ciclo é mais desafiador por requerer uma maior capacidade analítica. Enquanto as categorias têm um caráter objetivo, os códigos podem incluir informação subjetiva (Bock et al., 2011).

- Análise dos resultados: Neste momento as imagens já se encontram todas codificadas, sendo o próximo a sua contagem de forma a produzir um *output*.

Figura 15 Sequência lógica seguida na recolha e tratamento das imagens



Fonte: Elaboração própria

No que diz respeito à interpretação de dados visuais, o autor acrescenta ainda que é amplamente aceite que ocorrem quatro momentos nos quais são atribuídos significados à imagem:

- a) Local de produção da imagem;
- b) Local da imagem;
- c) Local de circulação;
- d) Local de visualização pelas diferentes audiências.

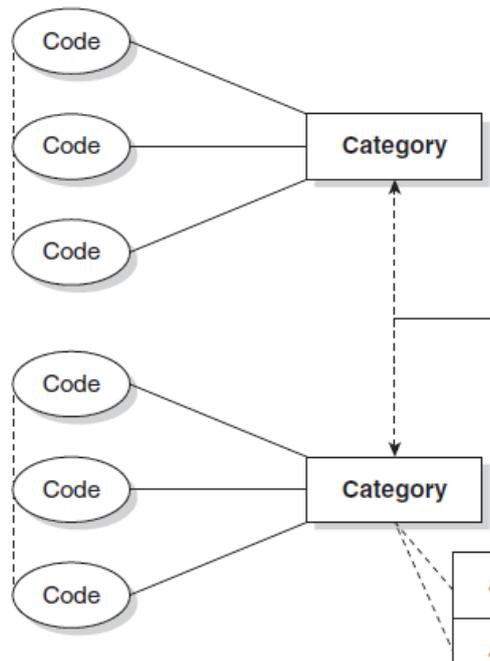
Ainda de acordo com Rose (2016), cada um destes locais possui três modalidades que contribuem para a compreensão das imagens:

- a) Tecnológica: Fundamental para a compreensão da forma como a imagem foi obtida;

- b) Composicional: Refere-se à qualidade do material a nível do conteúdo, cor, organização espacial, entre outros;
- c) Social: Refere-se ao alcance económico, social e político que rodeia a imagem.

Saldaña (2009) simplifica e contextualiza os dois passos intermédios e a relação entre os códigos e as categorias de uma forma esquemática (ver figura 16).

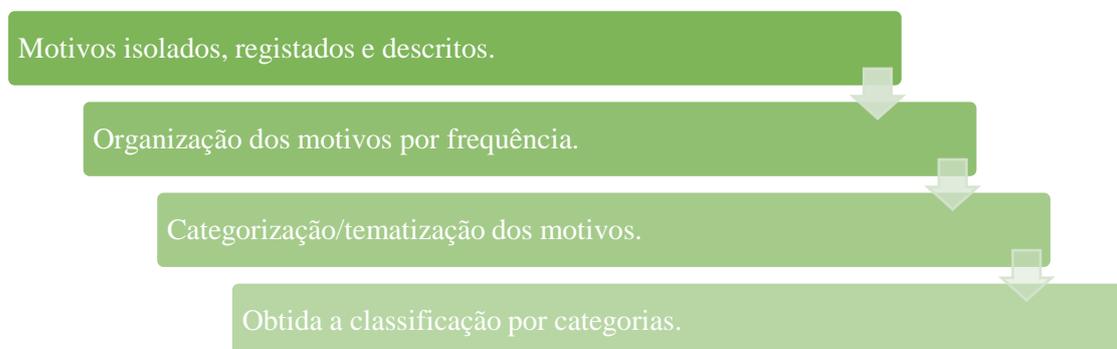
Figura 16 Relação entre códigos e as categorias



Fonte: Saldaña, 2009: p.12

Neste sentido, e seguindo a lógica seguida por Rodrigues (2018) e do método de codificação provisória, numa primeira fase deve ser localizados os “motivos” que

Figura 17 Procedimento de análise



Fonte: adapt. de Rodrigues (2018)

compõem a imagem (consultar figura 17), isolando-os, registando-os e descrevendo-os de forma livre, sem qualquer constrangimento e obedecendo a alguns princípios da iconografia (passo 1). Este primeiro passo coincide com o primeiro ciclo de codificação defendido por Saldaña (2009). Posteriormente, os “motivos” serão organizados e filtrados (passo 2), para que lhes possa ser atribuído um tema/categoria (passo 3), obtendo-se uma classificação do material pictórico.

Assim, com vista a uma análise de conteúdo e com base nas teorias de Panofsky, Rose e Saldaña, foram identificados os elementos presentes nas imagens. A título de exemplo, na figura 18, foram identificados três elementos para a codificação da imagem:

- Praia
- Trajes
- Barcos

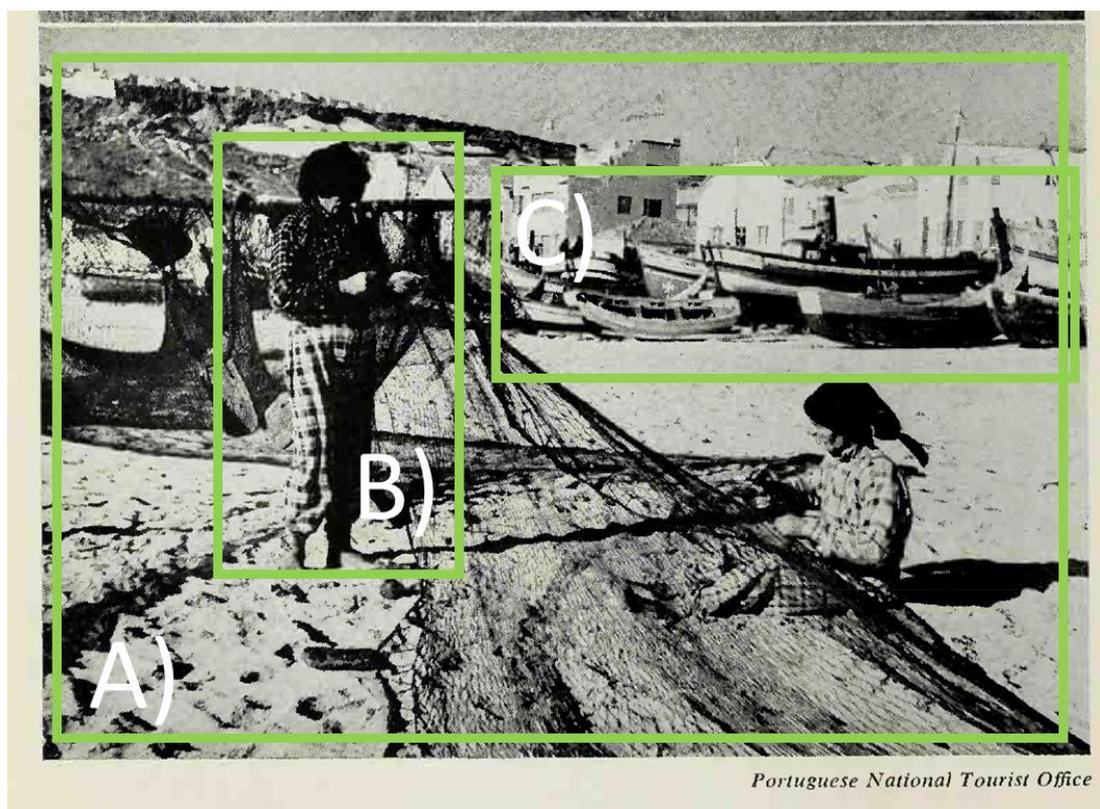


Figura 18 Exemplo da identificação dos elementos presentes nas imagens

Por sua vez, os referidos códigos encontram-se dentro das categorias animação turística, cultura & tradições e sociedade, respetivamente.

Conclusão

O presente estudo desenvolve-se em dois patamares: **análise de conteúdos à narrativa** presente nos textos dos guias e às ilustrações dos mesmos. Por esta via, procurar-se-á **desenvolver uma leitura à forma como Portugal foi sendo apresentado** ao longo de dois séculos, procurando também encontrar incongruências entre o discurso escrito e o discurso presente nas ilustrações.

A pesquisa e seleção dos guias foi efetuada em catálogos *online* de bibliotecas e fundos documentais, nacionais e estrangeiros, obtendo-se um número significativamente mais elevado de guias estrangeiros. Feito o levantamento das obras existentes, iniciou-se a análise dos mesmos através uma análise de conteúdo. Enquanto que para a parte textual avaliou-se a existência da adjetivação, comparação e a existência de mitos e estereótipos, no que diz respeito às imagens, procurou-se avaliar os elementos representados.

Apesar da riqueza que os guias de viagem representam, este estudo confronta-se com **algumas limitações**, nomeadamente no que diz respeito à **acessibilidade à fonte de investigação**. Uma vez que o estudo procura analisar, além dos guias produzidos por autores e editoras estrangeiras, os guias produzidos em Portugal, estes revelaram-se uma limitação à investigação pelo número reduzido de obras, especialmente no século XIX.

No capítulo IV desenrolar-se-á a investigação empírica. Neste capítulo serão apresentados todos os resultados da investigação e os respetivos resultados, estando esta dividida por séculos e por local de produção.

IV. Estudo empírico

Introdução

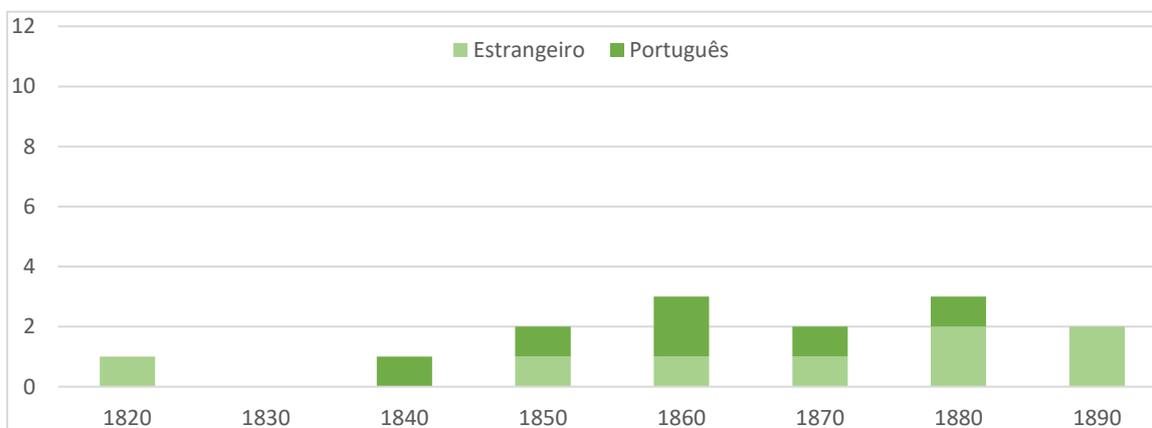
Pretende-se que o presente capítulo exponha a imagem de Portugal de acordo com a **conteúdo textual** e as **ilustrações dos guias**. Esta análise será dividida, no que diz respeito ao estudo dos conteúdos textuais, **por séculos, por local de produção** (nacional ou estrangeira) e **pelas diferentes dimensões de análise**, isto é, a **paisagem, os portugueses, o desenvolvimento civilizacional e a relação com o divino**.

Numa primeira fase serão apresentadas as perspetivas do **século XIX** e, posteriormente, as do **século XX**. O interior destas análises será dividido, não só por origem editorial das obras, mas também de acordo com as dimensões de análise, a saber, a paisagem portuguesa, os portugueses, o desenvolvimento civilizacional e as crenças e a relação com o divino.

8. Portugal nos guias do século XIX

Os guias de viagem são um meio de mediação entre os países emissores e os destinos turísticos, mas também entre visitantes e visitados (Pérez, 2012). Por esta razão, torna-se importante confrontar os guias redigidos por **autores estrangeiros e portugueses** de forma a cotejar as **diferentes perspetivas** sobre Portugal como destino.

Gráfico 5 Número de guias (séc.XIX) consultado segundo a origem e a década



Fonte: Elaboração própria

Para este período foram analisados os guias presentes na tabela 14, tendo estes a distribuição temporal e de origem presentes no gráfico 5. Neste período é possível também encontrar outras obras como o “Guia ou roteiro do viajante em Portugal”, da autoria de Almeida e Castro. Todavia, estes não possuem uma estrutura que seja sequer semelhante aos apelidados guias modernos, muito embora o autor desta obra reconheça no prefácio da mesma a inexistência de um “guia que indique ao viajante, o caminho a seguir para as diferentes terras de Portugal” (Castro, 1884, p. 7), resolvendo, portanto, publicar o guia aproveitando as linhas de caminhos de ferro. Por si só, este facto não seria um obstáculo à análise do guia, porém, e apesar deste se autointitular como “guia”, apenas apresenta informações sobre as linhas e as distâncias, não existindo qualquer informação de carácter prático nem qualquer descrição das localidades.

Tabela 14 Lista de guias do século XIX analisados

Ano	Título
1820	<i>An itinerary of Spain and Portugal, or a complete guide to travellers through those countries</i>
1845	Guia de viajantes em Lisboa e as suas vizinhanças
1853	Novo Guia do viajante em Lisboa e seus arredores
1855	<i>A Handbook for Travellers in Portugal</i>
1859	Guia Luso-Brazileiro do viajante na Europa
1865	Roteiro do viajante no continente e nos caminhos de ferro de Portugal em 1865
1869	<i>O’Shea’s guide to Spain and Portugal</i>
1872	Novo guia do viajante em Lisboa
1875	<i>Travels in Portugal</i>
1886	<i>Nueva guia del viajero en España y Portugal</i>
1886	Guia portátil do Viajante em Portugal e itinerarios das viagens circulatorias em Hespanha e França
1888	<i>Portugal: impresiones para servir de guia al viajero</i>
1894	<i>Bradshaw illustrated handbook to Spain and Portugal</i>
1898	<i>Spain and Portugal: Handbook for travellers</i>

Fonte: Elaboração própria

Dada a escassez deste tipo de obras dedicadas a Portugal neste período, especialmente no que diz respeito a obras de autoria nacional, optou-se por, a título excecional, incluir dois guias dedicados apenas a Lisboa (ver tabela 14).

Certo é que, na segunda metade do século XIX, período em que surgem os primeiros guias modernos, os autores viam Portugal como um **país atrasado** em relação à restante Europa, de **difícil acesso** e com poucos pontos de interesse, sendo estes praticamente inexistentes a sul do rio Tejo. Portugal era, assim, um **país de más estradas, má comida e maus alojamentos**, mas com **fantásticas paisagens**, onde, em 1852, existiam apenas 218 km de estradas em macadame, mantendo o país “virtualmente impenetrável” (Martins, 2015, p. 254). Todavia, são também apontados, embora de forma mais resumida, alguns aspetos positivos do país, encontrando-se até algumas contradições ao longo dos textos. Neste primeiro século, por volta da década de 1830, Portugal irá debater-se com o reconhecimento de Espanha como destino, já que este virá a perfilar-se como “uma das principais metas do tour romântico” (Durand, 2005, p. 57), sendo considerado o mais romântico e peculiar país da Europa.

Contudo, a investigação permitiu localizar a obra “*An itinerary of Spain and Portugal [...]*” de 1820 com, é certo, uma estrutura ainda incipiente quando comparado com o que viria a ser assumido como cânone para este tipo de literatura na segunda metade do mesmo século, moldado pelas obras de Murray e Baedeker num contexto de desenvolvimento ferroviário da Europa e cujo surgimento se dá numa época em que Portugal era ainda “solo virgem” (Crawford & Latouche, 1875, p. 2) no que diz respeito à atividade turística, oferecendo assim condições bastante precárias aos turistas. A obra de Reichard (1820) permitirá uma visão mais alargada sobre Portugal como destino turístico em grande parte do século XIX, já que os guias tidos como fundadores do género não abrangem o país na primeira metade do referido século.

8.1. A imagem de Portugal de acordo com os autores estrangeiros

Antes dos primeiros guias modernos ingleses, os escritores britânicos já redigiam livros de viagem sobre a Península Ibérica desde, pelo menos, o século XVIII, como é o caso de “*Letters Written During a Short Residence in Spain and Portugal*”, da autoria de Robert Southey, de 1797.

Visto que os guias Murray e Baedeker surgem num período tardio do século XIX no que diz respeito ao caso português, a presente análise inicia-se com uma obra de 1820 da autoria de M. Reichard (Heinrich August Ottokar Reichard). As obras deste autor são

consideradas por Long (1990) como sendo os primitivos livros de viagens de carácter “informativo”, embora limitados a uma “sóbria e prática enumeração de pequenas rotas, locais para ficar, preços e regulamentações locais” (Long, 1990, p. 67), podendo-se considerar um guia de primeira geração (Stiastna, 2016). A qualidade dos guias de Reichard terá impressionado Murray de tal forma que o editor escocês sugeriu-o como um dos autores para os seus guias (Hourihane, 2012).

Apesar de em 1852 e 1853 a editora de Murray ter publicado o livro “*Hints to travellers in Portugal* [...]” que, tal como fez notar Sousa (1994), é de autoria desconhecida e num formato que se aproxima do guia, o primeiro guia da editora sobre Portugal nos moldes que a tornaram famosa é editado em 1855, apresentando uma visão bastante crítica do país e das suas infraestruturas, embora com algumas incongruências ao longo do texto. A edição de 1852 introduz a “ideia de fruição e do desfrutar das viagens” (Fernandes et al., 2016, p. 226) apesar das eventuais adversidades, sendo composto apenas por itinerários. Ainda assim, na segunda edição, de 1853, o autor deixa claro que a obra não pretende “interferir, muito menos substituir, o *Hand Book for Traveler in Portugal*, quando tal trabalho, [...]” (*Hints to travellers in Portugal*, 1853, p. 1) aparecesse em 1855.

Nas observações preliminares presentes no início de “*A Handbook for travellers in Portugal*” de 1855, o autor adverte o eventual turista de que Portugal é o **país “mais desconhecido da Europa para um inglês”** (Neale, 1855, p. ix), sobre o qual é difícil adquirir conhecimentos sobre história e topografia e onde os guias, exceto nas grandes cidades, são praticamente desconhecidos. O autor nota ainda que os relatos de viagens feitas por viajantes ingleses são imprecisos, “piores do que nada” (Neale, 1855, p. ix) e que os **portugueses não são capazes de compreender a ideia de viajar por prazer**. No relato de Neal (1855), à entrada da segunda metade do século XIX, Portugal era um país cujas **estradas eram quase inexistentes** e onde o **alojamento era de características primitivas**. Este relato irá manter-se até à edição do guia de 1875, uma edição revista e aumentada da terceira edição de 1864, publicados vinte anos depois da primeira edição.

Segundo Neale (1855), existiam três requisitos para viajar por Portugal: **uma boa saúde, um bom temperamento e uma boa escolha da época do ano** para evitar temperaturas extremas. À época, a maior atração em Portugal era a **paisagem**, já que “poucos pensariam visitá-lo por outros motivos” (Neale, 1855, p. xxviii).

Já em 1898, no primeiro guia Baedeker a incluir Portugal, o destaque dado ao nosso país fica muito aquém daquele que é dado a Espanha, situação que pouco se altera até, pelo

menos, à quarta edição do guia em 1913. Na introdução à obra, Portugal é praticamente omitido, não havendo qualquer menção às características da língua, moeda ou costumes. Justificando esta ausência, o autor coloca no início da introdução uma nota, afirmando que as informações se “aplicam essencialmente a Espanha, mas a maior parte também são verdade em Portugal” (Baedeker, 1898, p. xi), algo que também se mantém nas edições posteriores. Nesta obra, Portugal ocupa 84 das 585 páginas dedicadas à descrição da Península Ibérica, isto é, apenas cerca de 1/6 do total. À semelhança de Karl Baedeker, Henry O’Shea, na 4.^a edição do guia dedicado aos países ibéricos (1869), reserva apenas 30 das 555 páginas a Portugal (5,4% das páginas). Transversais a este período, entre 1865 e 1899, são as sucessivas edições do guia ibérico “*Bradshaw’s illustrated handbook to Spain and Portugal* [...]”, dedicando cerca de 40 páginas úteis (na edição de 1894) a Portugal e cerca de 150 a Espanha. Este guia, da autoria de Richard Stephen Charnock, também conhecido por Dr. Charnock, vai mantendo ao longo das sucessivas edições que nos foi possível consultar, a mesma estrutura, o mesmo texto e paginação, variando apenas a publicidade presente no início e no fim da obra. Os guias O’Shea são o caso onde essa realidade é mais visível, mantendo, de uma forma geral, o mesmo texto entre, pelo menos, a terceira edição em 1868 e a décima terceira edição em 1905, num hiato temporal de 37 anos. Outro exemplo ainda do século XIX é a obra de Emilio Valeverde Y Álvarez de 1886, “*Nuevo guia del viajero en España y Portugal*”, publicado em dois volumes, o primeiro dedicado em exclusivo a Espanha, enquanto o segundo dedica apenas 55 das 940 páginas a Portugal (5,8% das páginas). Aliás, este guia dirigir-se-ia especialmente a um público espanhol, desde logo visível no que foi referido anteriormente, mas também porque nas descrições de Portugal nele existentes, o termo de comparação com Espanha está constantemente presente. Esta maior atenção dada a Espanha fora também detetada por Severo (2013) nos guias franceses sobre Portugal no mesmo período.

8.1.1. A paisagem portuguesa

- **A comparação com a beleza alpina...**

Nas páginas iniciais do “*Handbook for Portugal*” de 1855, o autor considera a paisagem como a maior atração de Portugal, admitindo que o país tem **montanhas magníficas**, porém afirma que **ninguém as consideraria com a magnificência dos Alpes**

ou dos Pirenéus, possuindo uma “**riqueza esquisita, nas fantásticas cores e na sua beleza romântica**” (Neale, 1855, p. xxviii) sem par na Europa, ainda que os vales da Grécia possam rivalizar com a paisagem descrita, como admite o autor. Assim, apesar da beleza de Portugal, a sua paisagem fica quase sempre aquém da dos rivais (Rosa, 2013). Outra característica atribuída à paisagem portuguesa é a forma rápida como muda, adicionando-lhe charme. Neale (1855) atribui aos rios a responsabilidade pelo **charme da paisagem** portuguesa, rios estes que unem as rochas com o cenário romântico das florestas. Ao contrário de outros trechos do texto atualizados entre as diferentes edições do guia, esta descrição irá manter-se até à quarta edição em 1887.

- **...a paisagem desinteressante e árida do sul com exceção da imperdível Sintra**

It must not be thought that the whole of Portugal deserves the character which we given to the scenery of its better parts. South of the Tagus, with the exception of the Arrabida, Monchique, and the banks of the Guadiana and Sever, it is for the most part uninteresting, Algarve consisting of rocks and sand, Alemtejo of vast heaps covered with the cistus; (Neale, 1855, p. 12)

Se John Neal considera o país a **sul do rio Tejo desinteressante com raras exceções**, característica que será repetida por Charnock (1894), em contrapartida a **Estremadura é considerada bonita**, e a zona mais ocidental da Beira como aproximada da riqueza e **encanto do Minho**. Por sua vez, **Trás-os-Montes é considerado mais selvagem do que sublime**.

Ao avaliar os jardins, o Padre John Neal constata que, apesar da exaltação feita pela literatura portuguesa às belezas naturais, é prestada pouca atenção à ornamentação dos jardins e, no caso das raras exceções em que isso não acontece, são jardineiros estrangeiros que assumem a manutenção. Na fase preliminar ao guia, o texto deixa transparecer pouca surpresa com a arquitetura dos palácios portugueses, classificando o Palácio das Necessidades como não tendo pretensões arquitetónicas, assim como a respetiva igreja que não tem nada de relevante. Em sentido inverso, o Aqueduto das Águas Livres é considerado um dos principais pontos de interesse em Lisboa, nas palavras do autor um “*magnificent work*” (Neale, 1855, p. 26, 1887, p. 24).

Ao longo da obra, o autor propõe várias rotas, descrevendo os pontos de interesse com os quais o turista se iria cruzar. Nas rotas com destino ao Alentejo, podem ler-se constantes apontamentos que vão da apreciação extremamente negativa à paisagem da região até anotações bastante positivas. Ao falar da zona de Pegões, o autor faz referência às **estradas arenosas e desinteressantes**, à **desolação da paisagem** na zona de Figueira dos Cavaleiros, com nada mais do que “calor e *cistus* ao alcance dos olhos” (Neale, 1855, p. 45) ou à **extremamente desinteressante cidade de Ourique**. Será também semelhante a descrição que O’Shea (1869, p. 554) e, mais de trinta e cinco anos depois, Lomas (1905, p. 554) farão dos arredores de Pegões, “**desinteressantes e desérticos**”. Todavia, John Neal, ao referir-se a Setúbal, menciona as “praças e espaços públicos bastante superiores aos de Lisboa” (Neale, 1855, p. 43) ou à **paisagem pitoresca de Mértola**. Neste contexto alentejano, Évora é vista como a terceira cidade portuguesa mais interessante, só ultrapassada por Coimbra e Tomar, apesar das **ruas “muito estreitas, sinuosas e sujas”** (Lomas, 1905, p. 555; O’Shea, 1869, p. 555).

No Algarve, à época Reino do Algarve, Neal dá conta do diferente clima que o turista encontra na região quando comparada com o restante território português. Nesta região onde as montanhas eram pouco exploradas e onde a pesca era a mais importante atividade comercial, a **fruta era abundante**, com os figos e uvas de boa qualidade e doces, embora no caso das uvas, **raramente o vinho fosse produzido a partir das melhores castas**. Reichard (1820) acrescenta ainda a existente abundância de ananás, amêndoa, tâmaras, limões e laranjas. A **paisagem é também considerada uma das melhores do país**. Por sua vez, o testemunho de Charnock (1894, p. 182) é um pouco mais depreciativo, ao considerar que “à exceção do melão, que é bom e barato, e das pequenas uvas pretas, os **frutos de Portugal são de paladar inferior aos de Inglaterra**”, avaliando, porém, o **pão como de boa qualidade** e de um preço razoável.

A avaliação da beleza das regiões e do país surge de forma não linear e, por vezes, até contraditória. Para John Neal a região da **Estremadura é a mais bela do país, logo a seguir ao Minho**. Apesar de defender que esta região produzia **bom vinho** e que a vinha, caso fosse cultivada de uma melhor forma, o pudesse tornar num dos melhores do mundo, já os de Trás-os-Montes conseguiam ser melhores, reparo que volta a fazer de forma semelhante, ao afirmar que os vinhos da zona de Lisboa poderiam ser dos melhores da Europa. Para o autor, a **Estremadura** é, pela sua vizinhança à capital, como a **melhor província para viajar**, mais uma vez, **excetuando o Minho**. O **Minho** torna-se assim

omnipresente na obra. Mais adiante no guia, nova menção ao Minho, com o autor a considerar a paisagem de **Sintra semelhante à da província do norte**. De qualquer forma, uma visita a Sintra é vista como essencial já que “visitar Lisboa sem ver Sintra seria imperdoável aos olhos de qualquer Português” (Neale, 1855, p. 68). Opinião semelhante expressa Henry O’Shea ao escrever que um turista “não deve falhar uma visita a Sintra e Mafra” (O’Shea, 1869, p. 543), localidades estas enquadradas nos arredores de Lisboa, área relatada como **bem cultivada e com árvores de todas as variedades**.

Já na região da Beira, John Neal relata uma zona costeira plana, mas **desinteressante, exceto as margens do rio Mondego**. Contudo, quando se refere à Beira Baixa, destaca uma das **melhores paisagens de Portugal, o Vale do Zêzere**. Apesar da fertilidade da região, o autor lamenta que as **más estradas** (só Trás-os-Montes as tinha piores) deitassem tudo a perder.

Apesar da saída norte de Coimbra ser apresentada como “encantadora”, as duas estradas em direção ao Porto são relatadas como “não tendo **nada de particularmente interessante**” (Neale, 1855, p. 111). Adiante, no interior do país, a Lagoa Escura é narrada como uma das **paisagens mais notáveis da Europa**, apesar da descida até ela ser “excessivamente difícil” (Neale, 1855, p. 111).

- **Minho: O paraíso de Portugal**

À entrada no **Minho**, John Neal volta a enaltecer a região, adjetivando como “**paraíso de Portugal**” e uma região como uma “**beleza requintada** para além do que poderia imaginar” (Neale, 1855, p. 132), composta por uma variedade que vai das **românticas montanhas do Gerês, à costa selvagem entre Caminha e Viana e às florestas nas colinas, aos vales, rochas e água entre Braga e Valença**, mas especialmente na zona de Ponte de Lima ou, como resumiu anos depois, uma região “**indescritivelmente adorável**” (Neale, 1887, p. 116). A região já havia sido apelidada como a “**Suíça lusitana**” pela suas semelhanças à região do Tirol do Sul (Lichnowsky, 1990, p. 151). Neal faz também referência à variedade de tonalidades das árvores, plantas e flores que por todo o lado embelezam o caminho do viajante, “oferecendo uma charme inconcebível” (Neale, 1855, p. 132). À saída do Porto em direção a Braga, o autor elogia a paisagem da estrada como uma das “coisas mais fantásticas em Portugal”, digno do termo francês “*pays riant*” (Neale, 1855, p. 142). Mais a norte, a paisagem de Ponte de Lima é narrada como sendo

uma das mais bonitas do mundo por Neal (1855), enquanto O’Shea (1869, p. 553) a adjectiva como uma das paisagens “**mais encantadoras de Portugal**”. Noutra rota, é relatada a passagem por Guimarães, “**um dos locais mais pitorescos de Portugal**, com as ruas estreitas” (Neale, 1855, p. 149) e as suas varandas vermelhas. Na mesma cidade, John Neal classifica o Paço dos Duques como um “edifício extravagante” (Neale, 1855, p. 151), porém em ruína.

- **O subdesenvolvimento e desinteresse transmontano**

Por sua vez, **Trás-os-Montes** é apresentada como a **região menos visitada do país**, com uma combinação de **maus acessos**, “**miseráveis vendas**” e **uma posição remota** que contribuem para dificultar o acesso aos viajantes e, em alguns aspetos, tratar-se-ia também da **região menos interessante** do país, pela **pobreza** e pequena dimensão das localidades e pela paisagem, em alguns casos, “selvagem”, que não poderia ser comparada com a paisagem do Minho (mais uma vez), da Beira ou até da Estremadura. Mesmo para portugueses, admite o autor, a visita a esta região é um evento significativo. A par do que é apelidado previamente, o **clima** é descrito como **extremamente desagradável**. Apesar de todas as dificuldades e problemas da região, Trás-os-Montes era reconhecido pelo mel, as batatas que, segundo o autor, eram das melhores de Portugal e os melões de Vilarica, reputados em toda a Península. Os queijos e os cavalos desta região gozavam também de boa reputação, sendo que, no caso dos cavalos, estes eram considerados os melhores de todo o Reino.

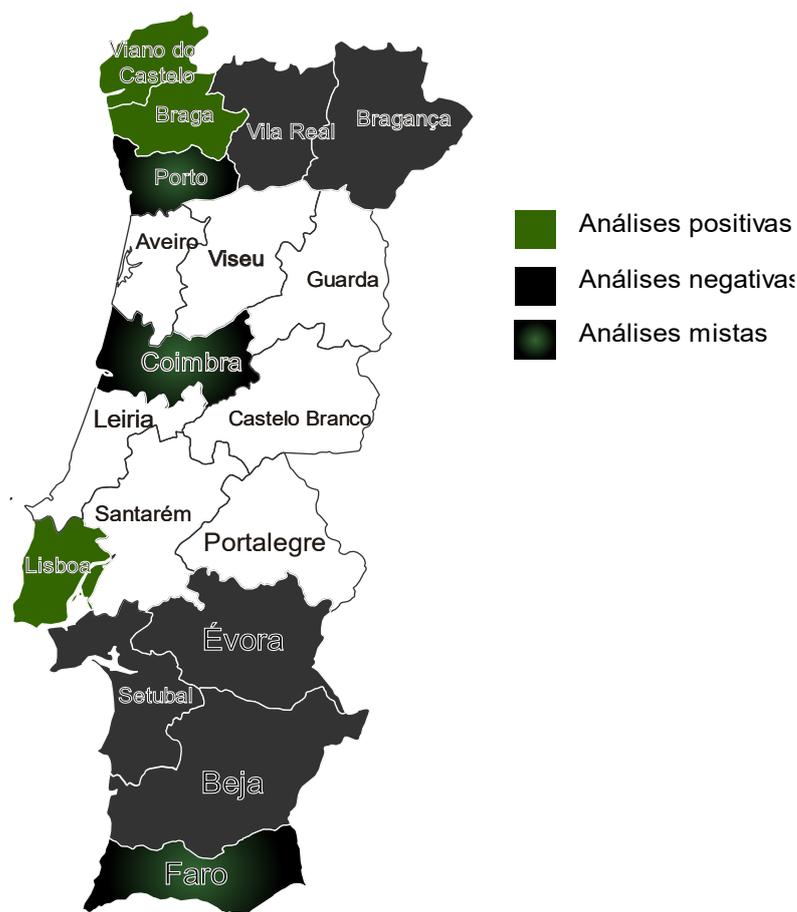
- **Portugal, um país rico em paisagens**

Em sintonia com a descrição de John Neal datada de 1855, Karl Baedeker em 1898 irá considerar que “**nenhum outro país possui maior variedade natural do que Portugal, nem oferece uma tão rica série de mudanças de paisagem**” (Baedeker, 1898, p. 506, 1913, p. 463), comparando as lezírias com os pântanos da Holanda, as dunas com o sul de França, as montanhas do norte e a Serra da Estrela com os Alpes, entre outros. A sintonia mantém-se na descrição do **Entre Douro e Minho**, uma região que “**contorna o oceano como um jardim**” (Baedeker, 1898, p. 506). É precisamente na **vegetação** que Baedeker considera Portugal **um dos países mais ricos da Europa** onde, lado a lado, era

possível observar plantas originárias do México, da Austrália, Japão ou Goa, considerando, todavia, a flora nativa do Gerês ou do Alentejo mais interessantes do que a vegetação exótica. A obra alemã dá destaque à **riqueza agrícola e frutícola do país**, mas é com o peixe que demonstra mais entusiasmo, ao considerar que **“não existe no mundo um mercado de peixe mais rico do que o de Lisboa”** (Baedeker, 1898, p. 507, 1913, p. 474). Por sua vez, O’Shea (1869, p. 529) lamenta que, apesar da variedade de paisagens, esta tenha uma escala reduzida e **“não atinja a grandeza selvagem e sublimidade da paisagem espanhola”** e que, apesar de ser um país montanhoso, não atinja igualmente o nível espanhol (Reichard, 1820). Todavia, continua o autor, a paisagem é descrita como possuindo um charme permanente que lhe é conferido por um **clima agradável e um carácter pitoresco**. A própria **cidade do Porto é considerada desinteressante**, já que se trataria de uma cidade **“muito pobre em monumentos”** (O’Shea, 1869, p. 551), com um clima **“húmido e nebuloso no inverno [...] com um ar [no Inverno] mais frio do que em qualquer outro local de Portugal”** (Charnock, 1894, p. 182) e com **ruas escabrosas** (Valverde Y Álvarez, 1886b, p. 919). Porém, Valverde Y Álvarez (1886a, p. xii) considera o clima do norte de Portugal completamente europeu, pela **“abundância de águas e pela natureza da vegetação”**. Apesar das críticas efetuadas ao Porto por vários guias, é também reconhecido que a cidade possuía bastante movimento e a maioria das praças estavam **“adornadas com bonitas plantações e elegantes fontes; passeios deliciosos e encantadoras vistas”** (Valverde Y Álvarez, 1886b, p. 921).

Apesar da **exaltação da paisagem portuguesa** por alguns autores, outros, entre os quais Neale (1855), advertem que em Portugal os “edifícios [...] que apresentam interesse artístico ou são templos e conventos ou castelos” (Giner de los Ríos & Giner de los Ríos, 1888, p. 36), face à **ausência de arquitetura civil de interesse**, causada pelo terramoto de 1755.

Figura 19 Apreciações às diferentes regiões do país no século XIX



Fonte: Elaboração própria

Como é possível verificar na figura 19, as **apreciações** feitas a cada uma das regiões do país, **não são unânimes**. Desta forma, verifica-se que há regiões que são esquecidas, tendencialmente as regiões que compõem o centro do país (consultar tabela 15). Em simultâneo, as regiões do **Alentejo e do norte interior**, são as que **possuem análises mais críticas** quanto à oferta turística e à paisagem existente. Numa posição contrária, o **Minho e a região de Lisboa**, são as regiões que reúnem junto dos diferentes autores **uma análise mais positiva**. Por fim, as regiões de **Faro e Coimbra** recolhem **análises mistas**, com

alguns autores a tecerem críticas à paisagem e às infraestruturas, enquanto outros apresentam uma diferente visão das referidas regiões.

Tabela 15 A paisagem portuguesa de acordo com os autores estrangeiros

Ano	1820	1855	1869	1898
Autores	Reichard	Neale	O'Shea	Baedeker
	Paisagem descrita como possuindo um charme permanente graças ao clima e ao seu carácter pitoresco	A maior atração de Portugal reside na paisagem		Nenhum outro país europeu possui maior variedade paisagística
Montanhas	Apesar de montanhoso, o país não atinge a grandiosidade do relevo espanhol	Montanhas com magnificência inferior à dos Alpes e dos Pirenéus	Paisagem variada, mas de escala reduzida, menos sublime do que a espanhola	Vegetação portuguesa considerada uma das mais ricas da Europa
Minho		Minho visto como o paraíso de Portugal, com uma beleza paisagística requintada		Entre Douro e Minho elogiada como uma região que contorna o oceano como um jardim
		Paisagem de Ponte de Lima considerada uma das mais bonitas do mundo	Paisagem de Ponte de Lima considerada como uma das mais encantadoras de Portugal	
Trás-os-Montes		Região de Trás-os-Montes vista como a menos interessante do país, subdesenvolvida e selvagem		
Beiras		Na Serra da Estrela, Lagoa Escura descrita como uma das paisagens mais notáveis da Europa		
		Na Beira Baixa, más estradas condicionando a visita ao Vale do Zêzere		
Estremadura e Minho		A seguir ao Minho, Estremadura considerada a melhor província para viajar		
		Visita a Sintra considerada imperdível	Visitas a Sintra e Mafra consideradas imperdíveis	
Algarve e Alentejo	Paisagem algarvia considerada uma das melhores do país	Paisagem considerada genericamente desinteressante a sul do rio Tejo	Évora considerada uma cidade excepcional no contexto alentejano	

Fonte: Elaboração própria

8.1.2. Os portugueses

- **A relação dos portugueses com trabalho e a comida**

A avaliar pelas descrições feitas em alguns guias do século XIX, o povo português **não seria o povo mais laborioso** e empreendedor da Europa. Reichard (1820) dá conta de **vastas áreas não cultivadas** que, caso o povo fosse mais trabalhador, poderiam ser altamente vantajosas para a economia do país. Ao mencionar os requisitos gerais para a viagem a Portugal, Neal considera que portugueses não são capazes de compreender a ideia de viajar por prazer.

Good temper, which the handbooks for all European countries make so great a requisite, is ten times more essential here than elsewhere (...); (Neale, 1855, p. 1)

À época, conforme descreve John Neal, o jantar de uma família da classe média portuguesa consistia num **caldo, carne cozida ou ensopada e arroz**. As batatas eram raramente usadas, algo que também era reconhecido décadas antes por Reichard (1820), e o **peixe era comido apenas em dias de jejum**. Em contrapartida, volvidos cerca de 180 anos, os portugueses já seriam apelidados de “**vorazes consumidor de peixe**” (Jepson, 1998, p. 15).

Nos conselhos linguísticos transmitidos ao leitor, o guia de Neal afirma que os habitantes do **Minho** parecem “**incapazes de distinguir entre b e v**”, falando de forma indiferenciada “*vinho bom* ou *binho bom*” (Neale, 1855, p. xxxii, 1887, p. 35). Acerca do domínio de línguas estrangeiras, é ainda apontado outro problema aos portugueses, já que, com exceção de Lisboa e Porto, **ninguém falaria inglês ou francês**. Mais tarde, no final do século XX, este problema ainda seria atribuído a muitos portugueses por Steves (1998).

- **A sociedade portuguesa**

Aquando da descrição de **Lisboa**, os seus habitantes são apresentados como **pessoas extremamente civilizadas**, ao esforçarem-se para responder às questões de um estrangeiro. No caso dos **algarvios**, Neale (1855, p. 55, 1887, p. 52) traça-lhes o perfil como sendo “**muito honestos e trabalhadores, mas bons faladores**”. Os habitantes mais

robustos encontravam-se na **Beira**, ainda que a sul da região, o viajante pudesse achá-los “**singularmente rudes e grosseiros**” (Neale, 1855, p. 102). A adjetivação de “rudes e grosseiros” viria a desaparecer com a 3.^a edição de 1864. Nos arredores de **Coimbra**, o mesmo autor faz referência à **fraca reputação das mulheres de Condeixa**, favorecida pela proximidade à universidade. John Neal não avança mais informações sobre esta questão, porém poderá ter-se baseado na descrição feita por Henrich Link na obra de 1801 “*Travels in Portugal and through France and Spain [...]*”, onde este afirma o seguinte:

The young women here [Condeixa] appeared extremely beautiful and free than they generally are in small portugeze towns, the cause of which may be the vicinity of the students of Coimbra. (Link, 1801, p. 288)

Cerca de uma década antes de John Neal, o príncipe prussiano Félix Lichnowsky havia manifestado, no momento da sua passagem por Condeixa, a sua surpresa com a afirmação de Link (1801), lamentando contudo não ter tido tempo “suficiente na muitíssimo aprazível Condeixa a fim de indagar motivos e aplicações” (Lichnowsky, 1990, p. 167).

Em **Aveiro**, Neale (1855, p. 115, 1887, p. 114) descreve os pescadores da região como sendo os melhores do país, “quase formando uma casta separada”. Todavia, a cidade é narrada como **sombria e quase deserta, com ruas estreitas e escuras, e uns canais sujos**. Mais a norte, volta a proferir palavras semelhantes sobre **Lamego**, ao classificar a localidade como “**muito suja**”, como não sendo “particularmente pitoresca e de certa forma uma **cidade desinteressante**” (Neale, 1855, p. 116). Na região da Serra da Estrela, o autor descreve os pastores, vestidos com casacos em pele de carneiro e calções em pele de cabra compridos até aos joelhos.

Entre os elogios escritos sobre o **Minho**, é feita referência ao “**perpétuo brilho do sol**” na face das pessoas, mostrando que “**não há lugar à opressão**” (Neale, 1855, p. 132, 1887, p. 116) na região. Os minhotos são também adjetivados como **religiosos**, mas **menos fanáticos do que nas províncias do sul e em Trás-os-Montes**. Precisamente os habitantes de **Trás-os-Montes** são apelidados como tendo um carácter próprio, “**rudes, semibárbaros, mas honestos e crentes, [...] são os Catalães de Portugal**” (Neale, 1855, p. 159, 1887, p. 167). Trás-os-Montes era vista também como a região onde as **superstições estavam com uma presença mais forte**.

No contrast can be stronger than between the inhabitants of Minho and of Traz os Montes: the one full of cheerfulness and gaiety, the Italians of Peninsula; the other gloomy and morose, like their own mountains and barren moors (Neale, 1855, p. 160, 1887, p. 167).

Nos guias é também recorrente a presença de algum tipo de nota relacionada com a língua portuguesa. Baedeker (1898, p. 512, 1913, p. 471) adverte o viajante proveniente de Espanha que sofrerá uma “impressão desagradável”, pelas numerosas sílabas e sons nasais comparativamente com o espanhol.

Karl Baedeker traça o perfil dos portugueses como tendo origens ibéricas e celtas, sendo perceptível à época essa mistura racial. Segundo este autor, os portugueses são “**regra geral modestos e corteses**” e “**mais humanos do que os espanhóis, menos religiosamente intolerantes e menos emotivos e desobedientes no campo político**” (Baedeker, 1898, p. 508), algo que vai contra o que Reichard (1820, p. 447) havia descrito no início do século XIX, considerando os portugueses “**desonestos nos negócios, especialmente com estrangeiros**”.

The comparative humanity of the Portuguese is especially noticeable in Bull Fights, which are much less gory than in Spain. (Baedeker, 1898, p. 508)

Estas considerações sobre a maior humanidade no carácter português virão a desaparecer ou, de outra forma, dissolver-se no texto e, na quarta edição de 1913, apenas é feita referência à **cortesia e modéstia do povo**. Na quarta edição apenas surge uma pequena menção numa fonte menor, afirmando que “**comparativamente a humanidade portuguesa é especialmente visível nas touradas**” (Baedeker, 1913, p. 474) pela sua **menor violência** do que no país vizinho. Apesar do menor destaque dado a Portugal ao longo da obra, os portugueses são enaltecidos pela sua maior humanidade quando comparados com os vizinhos espanhóis, nomeadamente, na forma como se desenrola a tourada. No que toca à relação entre os vizinhos ibéricos, é feita ainda referência à forma cômica como os espanhóis tratavam os portugueses, apesar de, o autor não encontrar razões para tal atitude.

The character of the peasantry, their dress and manners, differ a good deal according to the provinces. (...) The dress is picturesque, especially in the N. provinces, but not so pleasing or striking as it is in Spain (O'Shea, 1869, p. 532)

O interesse quase antropológico pelo destino e pelos habitantes do mesmo está bastante enraizado nos primeiros guias modernos. O'Shea (1869) descreve os portugueses da seguinte forma:

They are silent, trustworthy, sensitive, temperate, fond of grandiloquence, of no great physical beauty, devoid of quickness, ready wit, or of much imagination. The females are very domestic, amiable, and retired. (O'Shea, 1869, p. 532)

Do ponto de vista espanhol, Valverde y Álvarez consideram os habitantes da Península Ibérica como sendo “**sóbrios, fortes, laboriosos [...], tenazes [...]**” (Valverde Y Álvarez, 1886a, p. xii). Esta visão ibérica não diferencia neste caso espanhóis de portugueses, uma vez que se encontra na introdução a uma obra que abarca os dois países. De forma semelhante, na década de 1820, Reichard (1820, p. 247) recorre a uma constante comparação entre portugueses e espanhóis, considerando que os primeiros “**não são tão altos ou bem feitos como os espanhóis**”. Todavia, Neale (1887, p. 10) viria a considerar que estava longe de ser como Espanha, “uma coleção heterogénea de diferentes populações obedientes ao mesmo governo”.

Como se poderá facilmente constatar, se é certo que existem algumas opiniões concordantes, não é nem poderia ser sistematicamente uniforme e consensual (analisar tabela 16). Tal como lembra o escritor José Luís Peixoto no seu primeiro livro de viagens:

[...] viajar é interpretar. Duas pessoas vão ao mesmo país e, quando regressam, contam histórias diferentes, descrevem os naturais desse país de maneiras diferentes. Uma diz que são simpáticos, a outra diz que são antipáticos. Uma diz que são tímidos, a outra diz que não se calam um minuto” (Peixoto, 2012, p. 61).

Tabela 16 Características dos portugueses segundo os autores estrangeiros

Ano	1820	1855	1869	1898	1994
Autores	Reichard	Neale	O'Shea	Baedeker	Symington
	Preguiçosos		Lentos e pouco perspicazes		
	Frugais	Frugais			
	Desonestos nos negócios com os estrangeiros		Honestos		
		Prestáveis (lisboetas)		Modestos e corteses	
		Pouco dotados em línguas estrangeiras			
		Conversadores (algarvios)	Recatados		
		Rudes e bastante primitivos no vestuário (transmontanos e habitantes da Serra da Estrela)	Sem grande beleza física		
		Supersticiosos			
					Touradas menos violentas do que em Espanha, revelando o carácter nacional.

Fonte: Elaboração própria

8.1.3. O desenvolvimento civilizacional

Tal como se encontra sintetizado na tabela 18, Portugal era no século XIX um país onde o subdesenvolvimento se encontrava bem presente no dia-a-dia do viajante. Desta forma, os autores dos guias encontram poucas virtudes no país no que concerne aos alojamento, transporte e gastronomia.

- **A pobreza e subdesenvolvimento português**

No início do século XIX, Portugal era um país onde o “único luxo estrangeiro” (Reichard, 1820, p. 249) com que um homem pobre estava familiarizado era o tabaco ou o bacalhau e, exceto em momentos festivos, nunca comeria carne.

“Accustomed to penury in this World, and taught by the priest to look forward to ease and happiness in another, he submits to his fortune without a murmur or complaint”(Reichard, 1820, p. 250)

Este era também o país onde alguns dos **artefactos agrícolas**, nomeadamente os carros de bois, tinham um **aspeto rude** que se **assemelhava aos existentes em épocas recuadas no tempo**.

As **estradas** de Portugal eram no início do mesmo século XIX **mais seguras do que as de Espanha**, mas não o suficiente para que o viajante se aventurasse sozinho sem armas (Reichard, 1820). Mais tarde, à entrada da segunda metade do século XIX, Portugal era um país onde as **estradas eram quase inexistentes e onde o alojamento era de características primitivas**. No caso das estradas, Neale (1855, p. xiv) refere várias vezes que Portugal se encontrava **“atrás de qualquer país Europeu”**, sendo no entanto referidos **grandes progressos** com o início da construção de novas estradas e com o desenvolvimento dos caminhos de ferro. Pouco mais de uma década depois, Henry O’Shea (1869, p. 529) dá conta de um país onde viajar já era **“comparativamente fácil para o que costumava ser poucos anos antes”**, permitindo obter uma ideia de um país onde as deslocações eram mais fáceis e rápidas, ressaltando que, ainda assim, que no interior as estradas raramente eram boas. Confirmando o testemunho de O’Shea (1869), a quarta edição do guia John Murray em 1887 irá contrastar com a primeira 1855 no que diz respeito às estradas. Volvidos mais de trinta anos, Neal (1887, p. 15) afirma que a maior parte das cidades portuguesas estavam conectadas por **“notáveis estradas”**.

- **A má gastronomia portuguesa e os maus alojamentos**

O alojamento oitocentista em Portugal era, mesmo para os padrões da época, mau. Em 1820, Reichard refere-se a **alojamentos extremamente sujos** e onde o turista apenas iria encontrar pão feito de milho ou de trigo indiano. Volvidas mais de três décadas sobre a descrição de Reichard (1820), pouco ou nada se alterara. Neal (1855) faz a distinção entre estalagem e venda, sendo a primeira um alojamento presente nas cidades e vilas e a segunda uma taberna para acomodar os muleiros. O autor dá ainda relevo à possibilidade de encontrar nestes locais **“não só baratas e besouros negros abundantes mas também vários tipos de vermes, pulgas, percevejos e piolhos”** (Neale, 1855, p. xvii). Apesar de

tudo, no século anterior, outros autores, como Southey (1797) consideravam as estalagens portuguesas melhores do que as espanholas.

No que à alimentação diz respeito, John Neal afirma que em Portugal **a questão não seria entre comer boa ou má comida, mas sim, entre comer ou não**, subsistindo sobretudo com pão escuro. Na década de 1840, Félix Lichnowsky numa obra em que relata uma viagem pelo país, descreve o método de cozinhar em Portugal como “pesado e gorduroso”, lamentando que os “homens deteriorem o que a terra e o mar lhes oferecem dotado das melhores qualidades” (Lichnowsky, 1990, p. 37). Todavia, Neale (1855) refere que as estalagens rurais possuíam habitualmente ovos e, na costa ocidental, era possível encontrar as melhores sardinhas do mundo, assim como nos maiores rios era possível encontrar salmões de boa qualidade. O’Shea (1869) corrobora esta versão, ao acrescentar que são os gastrónomos que consideram as **sardinhas da costa ocidental as melhores do mundo**. John Neal deixa ainda uma palavra sobre o vinho. No caso do **vinho verde, descreve-o como amargo e insalubre, e o vinho maduro como muito caro**. Por outro lado, em 1869, Henry O’Shea vai considerar o **vinho português “comum”**, sem especificar qual, e **“extremamente barato”** (O’Shea, 1869). Certo é que o vinho e as laranjas, independentemente da qualidade, formavam a base do comércio com o exterior (Valverde Y Álvarez, 1886b).

Ao fazer uma análise geral ao país, o guia de Neal adverte o turista para que esteja preparado para **“os piores alojamentos, a pior comida, uma enorme fadiga”** (Neale, 1855, p. 18), acrescentando ainda que **não deverá esperar elementos de grande interesse arquitetónico, religioso e artístico**. O’Shea (1869, p. 529) partilha de uma opinião semelhante, ao defender que o **país não irá interessar ao turista comum e aos interessados em arte**, ressaltando que essa falha era colmatada com o “espetáculo da atividade moderna”. John Neal abre uma exceção para o caso específico da paisagem ao salientar que **“nenhum outro país europeu possui tal frescura de uma beleza inexplorada”** (Neale, 1855, p. 18).

Em Lisboa, o guia redigido por John Neal critica a **escassez de parques**, contudo, elogia a **ausência de sujidade, de mendigos e dos cães** relatados por viajantes anteriores, considerando até que a primeira impressão para alguém que não a conhece, **poderá ser o da cidade mais limpa e esplêndida que alguma vez viu**. Confirmando esta versão, em 1842, Lichnowsky (1990, p. 35) escrevera que Lisboa era a **“mais brilhante das capitais da Europa”**, embora a **paisagem seja considerada tristonha pela uniformidade dos**

edifícios, mas também pela pouca vida existente na rua. O guia da editora John Murray descreve ainda Lisboa como uma **cidade segura**, ao nível de Londres, permitindo ao visitante o desfruto solitário da cidade. Mais tarde, O’Shea (1869) irá acrescentar que as ruas da cidade são **tão seguras de noite como de dia**. A surpresa de John Neal poderá dever-se à descrição de uma Lisboa no final do século XVIII, pejada de cães sem dono e que “devoravam grande parte das descargas efetuadas pelas janelas” (Southey, 1797, p. 262), uma cidade extraordinariamente suja. Mais uma vez em 1869, Henry O’Shea comprova a versão de John Neal ao afirmar que as “**ruas são bem pavimentadas, limpas e com belas casas**” (O’Shea, 1869, p. 538). No final do século, também Baedeker confirma a limpeza da cidade, ao descrever Lisboa como uma das “**idades mais limpas da Europa**” (Baedeker, 1898, p. 519), afirmação que desaparece na edição de 1913.

Na primeira secção da obra dedicada a Lisboa, o “*Handbook for Portugal*” de 1855 reserva até um espaço dedicado aos cemitérios. O guia dá conta que, à época, era recente a prática de sepultar os mortos no exterior da igreja. Para o autor, a prática do **sepultamento no interior das igrejas foi pior na Península Ibérica do que noutra local qualquer**, já que os corpos eram colocados em valas mal cobertas e tapadas por tábuas de madeira.

- **O subaproveitamento e subdesenvolvimento do sul**

Mais a sul, vários autores lamentam que o **Alentejo** tenha o seu **território mal cultivado e com pouca população**, terra que outrora era considerada pelo imperador Júlio César como a Sicília de Espanha (Baedeker, 1898; Neale, 1855; Smedley et al., 1845) e na época medieval considerado como o “celeiro da península” (Neale, 1855, p. 35). Esta afirmação quanto à forma como o Alentejo era cultivado será mais tarde corroborada por Baedeker (1898). John Neale (1855, p. 35) observa ainda que se trata de uma região que “**importa muito, e nada exporta**”, território onde as azeitonas são selvagens e o **azeite execrável**. Esta avaliação ao azeite já havia sido feita por Reichard (1820) décadas antes, ao considerá-lo de **inferior qualidade em relação ao azeite espanhol e italiano**. Do território alentejano, o autor aponta Évora e Beja, mas também Elvas e Vila Viçosa, como os únicos locais com interesse para uma visita. Cerca de meio século antes, o Alentejo surge na obra “*Letters written during a short residence in Spain and Portugal*”, onde é feita referência à “melancolia de contemplar um país em queda” (Southey, 1797, p. 250), citando como exemplo da decadência as ruínas das fortificações de Estremoz.

Ao longo das rotas propostas no guia John Murray são frequentes as descrições das localidades com recurso à palavra “**insalubre**”, como é o caso de Alcácer do Sal, Ponte de Sôr e Armação de Pêra. São também frequentes as expressões “**pequeno local pobre**”, “**aldeia pobre**” ou **localidade “suja**”. A respeito do **Algarve**, o autor faz um sério aviso para a **especial insalubridade de algumas áreas desta região**, considerando **extremamente perigoso pernoitar** em alguns locais, mesmo que por uma noite. Na descrição de **Faro**, John Neal faz referência à **dificuldade em encontrar água potável** devido aos deficientes métodos de transporte da água para a cidade. Apesar dos problemas, as ruas são descritas como “**toleravelmente limpas para Portugal**” (Neale, 1855, p. 58). De qualquer forma, o autor considera que pelo facto de o **Algarve ser “raramente [ser] visitado por estrangeiros**, provavelmente ele próprio [o turista] será um objeto de interesse e provavelmente irá andar numa localidade com 20 ou 30 habitantes atrás” (Neale, 1855, p. 55). Porém, a região era considerada segura, ao contrário do vizinho Alentejo, pela **inexistência de salteadores**. Loulé é considerado um dos locais mais prósperos do país, com a população a duplicar em quarenta anos. Neste guia, poucas são as regiões com tantas variações no que se refere ao elogio e à crítica como o Algarve, onde surgem localidades como Loulé a serem elogiadas pela sua **prosperidade**, ao contrário de Sagres, onde em contrapartida a estrada é considerada praticamente inviável, mesmo para uma mula, e onde as igrejas, fortificações, casas e estalagens estavam todas degradadas ou ainda de **Aljezur**, uma “**pequena, miserável e sombria localidade**” (Neale, 1855, p. 64, 1887, p. 59). Neste contexto, o autor fala também de **Silves** que, apesar de ainda deter o título de cidade, era dos **locais mais desolados e desertos** de Portugal. Pela pena de Charnock (1894, p. 187) o Algarve ganhará outro tipo de imagem, já que este autor considera, a título de exemplo, **Tavira uma cidade limpa, com casas e ruas bem construídas**, uma “**catedral e outros edifícios públicos fantásticos**” e **Vila Real de Santo António**, uma pequena mas “**bonita vila piscatória**”.

From what I have seen in this and many other of its provinces, I am decidedly of opinion that the statements regarding the misery of Portugal are either exaggerated or entirely false. (Neale, 1855, p. 82)

- **Os contrastes existentes dentro do país**

Entrando na região da **Estremadura**, John Neal mostra-se surpreendido com o seu **desenvolvimento**, afirmando até que observou **terras cultivadas de uma forma capaz de rivalizar com países mais ricos**, nomeadamente a Alemanha. Já na indústria, a realidade era diferente. Referindo-se ao **fabrico de algodão em Tomar**, o autor constata a **diferença existente com Inglaterra**, com a fábrica portuguesa a funcionar ainda pela força motriz da água.

Ao descer a Serra da Estrela, o autor cruza-se com a cidade da **Guarda**, fazendo o seguinte reparo:

It is one of the strongest, and at the same time one of the dirtiest places in Portugal; hence it is usually called the city of the four F's; that is to say, «fria», «farta», «forte», and «feia»[...] ” (Neale, 1855, p. 128)

Este reparo é usado por Neal para enquadrar esta cidade e a respetiva história e paisagem, antecipando uma descrição mais alongada.

A estrada entre o **Peso da Régua** e **Amarante** que, à passagem de John Neal, tinha acabado de ser construída “**como qualquer outra estrada Inglesa**”, tornara o desfrute da paisagem num verdadeiro “luxo”(Neale, 1855, p. 154).

Por esta época, à entrada na segunda metade do século XIX, a **agricultura transmontana** é narrada como estando na **condição mais baixa possível**, permanecendo **inalterada há séculos**, onde “a parte produtiva do território [era] igual à inculta” (Valverde Y Álvarez, 1886b, p. 888).

Na rota dedicada ao trajeto entre **Miranda** e **Braga**, John Neal descreve um cenário que **conduzirá o viajante até aos séculos XIV ou XV**, percorrendo uma das **piores estradas do país** e atravessando algumas localidades e cruzando-se com algumas pessoas cujas características ficaram paradas no tempo. O autor destaca que tudo o que relata na introdução à região terá o dobro da força nesta rota. No início do percurso é feita uma referência à aldeia de **S. Joanico**, “**bonita para olhar, repugnante para entrar**” e onde a **estalagem era “execrável”** (Neale, 1855, p. 162). **Chaves** também não foge ao olhar crítico do autor, considerando-a uma das **idades mais “insalubres de Portugal”** (Neale, 1855, p. 165, 1887, p. 149), afirmação que será confirmada mais tarde por O’Shea (1869, p. 554) ao classificá-la também como uma “**zona insalubre**”.

No Douro, é descrita a forma como os trabalhadores eram remunerados e a respetiva alimentação. À época, os trabalhadores ganhavam 6d. e 8d. por dia, no entanto, as mulheres ganhariam metade. Estes trabalhadores alimentavam-se ao pequeno almoço de um caldo de galinha (*lard broth*) com uma sardinha salgada e ao jantar de um caldo com feijões, batatas e bacalhau. Nos dias sem trabalho, a alimentação era mantida, mas a remuneração não.

- **Os problemas na ferrovia, na economia e na produção industrial**

Já no final do século XIX e com uma estrutura ferroviária mais desenvolvida do que na passagem de John Neal por Portugal, Karl Baedeker vai caracterizar a ferrovia na Península Ibérica. Apesar de considerar o panorama português semelhante ao espanhol (ver tabela 17), reconhece que em Portugal as **carruagens de primeira classe são “ainda menos satisfatórias”** (Baedeker, 1898, p. 501) do que no país vizinho, não havendo compartimentos dedicados a senhoras ou a não fumadores, apesar de uma maior pontualidade. Esta afirmação viria a desaparecer na edição de 1913. Volvido cerca de meio século, denota-se também uma evolução na descrição do alojamento, já que, pelo menos **Lisboa, Sintra, Bussaco e o Porto**, possuíam “**excelentes hotéis, alguns com os melhores luxos**” (Baedeker, 1898, p. 502), ainda que, de acordo com o autor, no interior as hospedarias raramente satisfizessem a procura mais modesta. À época, a situação económica do país não era confortável devido à bancarrota de 1892, refletindo-se no valor da moeda nacional e no desaparecimento de circulação das moedas de ouro e prata. Apesar dos **bons hotéis do Porto** a que Baedeker se refere, cerca de vinte anos antes as ruas desta cidade eram descritas como “**muito íngremes, sujas e mal pavimentadas**”, com casas de “**construção irregular, mas confortáveis no interior**” (O’Shea, 1869, p. 551).

Ainda na segunda metade do século XIX, a qualidade dos produtos produzidos em Portugal é colocada em causa por Charnock (1894, p. 165), ao referir que o país produz “**papel, seda e sabão, todos de má qualidade**”. Contrariando Charnock (1894), poucos anos antes, o espanhol Valverde Y Álvarez (1886b, p. 889) elogia a **grande qualidade do papel** que “alcança uma esmerada perfeição”.

Tabela 17 O (sub)desenvolvimento português de acordo com os autores estrangeiros

Ano	1820	1855	1869	1887	1898
Autores	Reichard	Neal	O'Shea	Neal	Baedeker
Gastronomia	O “único luxo estrangeiro” com que um homem pobre estava familiarizado era o tabaco ou o bacalhau e, exceto em momentos festivos, nunca comeria carne.	A questão não seria entre comer boa ou má comida, mas sim, entre comer ou não, subsistindo sobretudo com pão escuro. Todavia, as estalagens rurais possuíam habitualmente ovos e, na costa ocidental, era possível encontrar as melhores sardinhas do mundo, assim como nos maiores rios era possível encontrar salmões de boa qualidade. Adverte o turista para que esteja preparado para “os piores alojamentos, a pior comida, uma enorme fadiga”. Ainda assim, o vinho verde, descreve-o como amargo e insalubre, e o vinho maduro como muito caro.	Os gastrónomos que consideram as sardinhas da costa ocidental as melhores do mundo. Considera o vinho português “comum” e “extremamente barato”.		
Estradas e transportes	Estradas mais seguras do que em Espanha, mas não o suficiente para que o viajante se aventurasse sozinho sem armas.		Um país onde viajar já era “comparativamente fácil para o que costumava ser poucos anos antes”	Notáveis estradas	
					Apesar de considerar o panorama português semelhante ao espanhol, reconhece que em Portugal as carruagens de primeira classe são “ainda menos satisfatórias”
		Atrás de qualquer país Europeu.			
Alojamentos	Alojamentos extremamente sujos e onde o turista apenas iria encontrar pão feito de milho ou de trigo indiano	Possibilidade de encontrar nestes locais “não só baratas e besouros negros abundantes, mas também vários tipos de vermes, pulgas, percevejos e piolhos”.			Lisboa, Sintra, Bussaco e o Porto, possuíam “excelentes hotéis, alguns com os melhores luxos”

Património		Não deverá esperar elementos de grande interesse arquitetónico, religioso e artístico.	Considera que o país não irá interessar ao turista comum e aos interessados em arte		
Limpeza		Em Lisboa elogia a ausência de sujidade, de mendigos e de cães relatados por viajantes anteriores, a “mais brilhante das capitais da Europa”.	Ruas de Lisboa tão seguras de noite como de dia. As ruas eram bem pavimentadas, limpas e com belas casas	As ruas de Faro como “toleravelmente limpas para Portugal”	Lisboa como uma das “cidades mais limpas da Europa”.
Azeite	Azeite de inferior qualidade em relação ao azeite espanhol e italiano	Azeitonas são selvagens e o azeite execrável			
Agricultura				Na Estremadura observou terras cultivadas de uma forma capaz de rivalizar com países mais ricos, nomeadamente a Alemanha	

Fonte: Elaboração própria

8.1.4. As crenças e a relação com o divino

- **O país desinteressante em termos eclesiológicos**

Na introdução ao país, John Neale (1855) considera que **não haverá outro país europeu com menos interesse para um curioso em eclesiologia**, devido à destruição causada pelas invasões francesas e pelo terramoto de 1755. Na edição de 1887, o autor não recorre a palavras tão contundentes, referindo que **existe apenas uma igreja interessante** e que esta foi “provavelmente trabalho de um francês” (Neale, 1887, p. 30). De qualquer forma, localidades como Tomar, Santarém, Leiria, entre outras, são consideradas as localidades mais interessantes do país para os interessados em eclesiologia. Refira-se que Portugal era um país composto por uma maioria católica, mas também por judeus com ligações ao comércio (Reichard, 1820).

No **Minho** e de passagem por **Braga**, o Bom Jesus é classificado como **um dos locais mais notáveis no norte do país**, salientando-se que “quase todos os portugueses consideram um local a visitar pelo menos uma vez na vida” (Neale, 1855, p. 145), numa região onde os habitantes são descritos como **religiosos**, mas **menos fanáticos do que nas províncias do sul e em Trás-os-Montes**. Braga é também, na opinião de Charnock (1894), a cidade com as **melhores laranjas do país**, onde as **ruas eram estreitas e irregulares**.

Na secção dedicada a Lisboa, ao descrever os hospitais existentes, o autor faz uma referência ao Padre António Vieira já que “muitos dos mais famosos sermões” (Neale, 1855, p. 30) foram celebrados na igreja do Hospital de S. José. À entrada em **Valpaços**, o autor coloca um *nota bene* (N.B.) a recomendar ao viajante que procure informações sobre tradições ligadas ao lobisomem. Já anteriormente ao descrever a região, o autor referia as mais “**selvagens superstições**” (Neale, 1855, p. 160, 1887, p. 167) presentes nesta área do país (ver tabela 18). É feita referência às superstições ligadas às bruxas, mágicos e à moura encantada que assombrava os castelos abandonados da região. Estas razões terão sido suficientes para que Reichard (1820) considerasse os **portugueses mais supersticiosos do que os espanhóis**.

Tabela 18 A relação com o divino de acordo com os autores estrangeiros

Ano	1820	1855
Autores	Reichard	Neal
Arte		Não haverá outro país europeu com menos interesse para um curioso em eclesiologia, devido à destruição causada pelas invasões francesas e pelo terramoto de 1755.
Religião	Um país composto por uma maioria católica, mas também por judeus com ligações ao comércio	Os habitantes do Minho são descritos como religiosos, mas menos fanáticos do que nas províncias do sul e em Trás-os-Montes
Arquitetura		Bom Jesus é classificado como um dos locais mais notáveis no norte do país, salientando-se que “quase todos os portugueses consideram um local a visitar pelo menos uma vez nada vida”
Superstições	Considera os portugueses mais supersticiosos do que os espanhóis	Trás-os-Montes como região de “selvagens superstições”

Fonte: Elaboração própria

8.2. A imagem de Portugal de acordo com os autores portugueses

O primeiro guia português verdadeiramente estruturado nos moldes Baedeker e Murray surgirá apenas no início do século XX. Por este motivo, verifica-se uma **quase total ausência de guias de autoria portuguesa** nos padrões definidos para a presente investigação, justificando o recurso a obras que, na sua totalidade ou de forma parcial, se dirigiam aos turistas, às atividades que desempenhavam e aos transportes que usavam. Assim, a literatura (in)existente exige uma abertura do espectro de análise a guias temáticos, nomeadamente os debruçados sobre os caminhos de ferro ou sobre viagens na Europa. Em 1880 é publicada uma obra de autoria desconhecida, com o título “Guia de Portugal” e que se divide em cinco volumes. Apesar do título remeter para um “guia” e de ser coincidente com o nome daquele que viria a surgir na década de 1920, procura apenas descrever alguns dos monumentos e o território português. Por esta razão, aquele que poderia parecer um guia primitivo português é apenas uma obra sobre o património e o território. Neste período, o preço deste tipo de obras, principalmente as que incluíam imagens, litografias e gravuras, dificultavam a sua edição (Matos, Ribeiro, et al., 2009), fator esse agravado pelo facto do público-alvo existente naquela época no país ser reduzido.

Todavia, é também possível localizar algumas tentativas portuguesas no século XIX para a produção de guias onde a informação aparecesse sistematizada e próxima do formato que, durante o mesmo período, iam balizando o género. Para lá dos guias

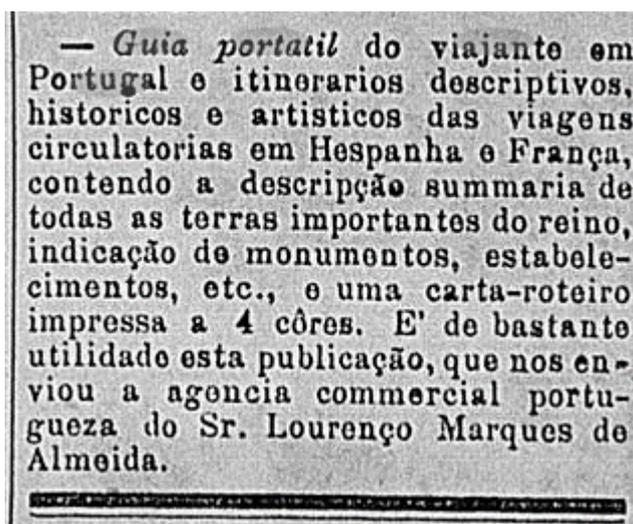
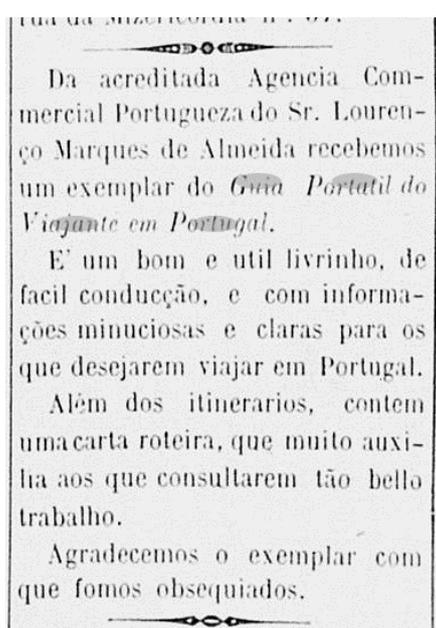


Figura 20 Notícia da chegada do guia de J. Gama publicada no jornal brasileiro "A Vanguarda" de 4 de março de 1886 (dir.) e no "Campeão Lusitano" (Esq.)

intimamente ligados à ferrovia e que forneciam a informação de forma bastante resumida, surgem outros com abordagens mais genérica, como é o caso do “Guia Luso-Brazileiro do Viajante na Europa”, de Ignacio Lemos e publicado em 1859 (ver figura 21), publicitado no Brasil como uma “obra muito necessária para as pessoas que vão viajar pela Europa” («Guia Luso-Brazileiro [...]», 1863, p. 4),



Figura 21 Anúncio ao “Guia Luso-Brazileiro do Viajante na Europa” no Jornal de Pernambuco em 1863

ou o “Guia portátil do Viajante em Portugal e itinerarios das viagens circulatorias em Hespanha e França”, de 1886 e da autoria de J. Gama (ver figura 20), reconhecido à época como tendo “bastante utilidade” («Publicações», 1886, p. 2) e um “bom e útil livrinho de fácil condução, e com informações minuciosas e claras para os que desejam viajar em Portugal” («Gazetilha», 1886, p. 2). Apesar desta referência na imprensa brasileira, o autor afirma que o “seu titulo não fez a travessia da imprensa entre salvas de phrases laudatorias” (Gama, 1886, p. 9). Segundo o autor, este guia procurava proporcionar aos “*touristes*, à população fluctuante cujo proposito é vêr as curiosidades do paiz, uma série de notas e indicações uteis ácerca do que elle lhe offerece de mais digno da sua attenção” (Gama, 1886, p. 8).

Pouco antes, em 1872, surgira também a 3.^a edição do “Novo guia do viajante em Lisboa [...]” da autoria de Júlio César Machado, um “guia muito em voga na época” (Cabete, 2010, p. 53). Note-se que a primeira edição deste guia é de 1853 e da autoria de Francisco Maria Bordalo, ambos autores da “segunda geração romântica” (Cabete, 2010, p. 352). Este sim, na sua primeira edição, poderá ser considerado o primeiro português em moldes modernos, ainda que, quando comparado com as edições seguintes e com o que já era feito fora de Portugal, este ainda tivesse uma estrutura muito incipiente. Neste grupo insere-se também o “Novo Guia Luso-Brazileiro do Viajante na Europa” de 1876, da autoria de Guilherme Henriques e que se destinava aos viajantes portugueses e brasileiros que pretendiam conhecer a Europa, num contexto de desenvolvimento dos transportes ferroviários e cuja importância é reconhecida pelo autor (Matos, Ribeiro, et al., 2009). Surge assim impulsionado “por muitos annos houve falta d’um livro em portuguez que indicasse aos viajantes portuguezes e brasileiros os itinerarios mais seguidos e os meios de comunicação mais asselerados entre as diversas capitaes da Europa” (Henriques, 1876 in Matos, et al., 2012, p. 296). Apesar de se apresentar com um nome português e de a obra

estar escrita igualmente em português, o autor era nascido em Londres (Matos et al., 2012). De acordo com Assunção (2012), o “Guia Luso-Brasileiro do Viajante na Europa” de 1859 foi a primeira obra no contexto português e brasileiro onde surgiu a palavra “turismo”. No mesmo ano, Silva (1859, p. 211) admite que “ha muitos annos se não publica[va] em Portugal obra alguma com tão desmesurado título”, admitindo que era “provavel que [o] seu conteúdo satisfaça ao promettido” e reconhecendo que “se assim for, ninguem poderá negar a sua inconstestavel utilidade, para o fim a que se destina”.

Esta obra de 1859 surge no contexto das “rápidas e frequentes relações do Brazil, desde que as linhas de navegação pelo grandes vapores transatlanticos lhe permitem participar viva e efficazmente do progresso e civilização do velho mundo”, sendo por isso necessário um “guia que preenchesse a lacuna tão sensível na litteratura patria por esta especialidade” (Lemos, 1859, p. XVII). O autor vai mais longe, argumentado que o guia vem preencher uma lacuna como faziam “os modernos guias Murray, e de Richard, abrang[endo] differentes itinerários, dando uma noticia exacta, breve, curiosa e instructiva de tudo que se póde vèr nas diversas capitaes da Europa” (Lemos, 1859), procurando, no entanto, não ser tão volumoso como aqueles que lhe serviram de referência.

[...] o Guia Luso-Brasileiro recomenda a todo o viajante muita descrição e reserva com os companheiros de viagem, não tanto pelos receios de que uma inconveniência o torne suspeito á policia secreta tão activa e vigilante em alguns paizes da Europa, mas principalmente para se livrar de officiosos cavalheiros de industria, de traidoras parasitas, e de dar muitas vezes lugar a constestações, para que não está habilitado ou habituado; (Lemos, 1859, p. XIX)

Como aludido anteriormente, alguns dos guias ligados à ferrovia apresentam a informação referente à viagem e aos destinos de forma resumida. No entanto, o “Roteiro do viajante no continente e nos caminhos de ferro de Portugal em 1865” surge como uma exceção em relação ao que era produzido à época. Apesar dos progressos referidos por Abreu (1865, p. III) a nível da ferrovia e das estradas, “faltava porém uma das *alavancas* que dão impulso a tal movimento”, isto é, “pequenos livros que acompanham o visitante, e que não os preservam de número de embaraços, mas impedem que muitos practiquem”. O autor acrescenta ainda que esperou por “muito tempo ver suprida essa falta; mas como tal esperança se não realizou” (Abreu, 1865, p. III), resolveu compor o referido guia.

Todos nos dizem: Em Portugal não se compram livros; e nós a todos respondemos: É porque se vendem caros. (Abreu, 1865, p. IV)

Em alguns guias nacionais deste período ainda é possível encontrar um carácter verdadeiramente “enciclopédico” (Cordeiro, 2010), como é o caso do “Guia de viajantes em Lisboa e suas visinhanças” de 1845, apresentando desde prisões a hospitais, passando pelas alfândegas e os tribunais.

8.2.1. A paisagem portuguesa

- **A exaltação da paisagem portuguesa**

Num guia publicado na segunda metade do século XIX, Lemos (1859, p. 4) considera que **Portugal** foi “**muito favorecido pela natureza por sua bella posição geographica**”, onde se produziria **excelente fruta**, a sua principal exportação. De todo o território, o **Minho** era considerado o “**jardim de Portugal** em razão da sua cultura, riqueza e meios naturaes d’engrandecimento e attracção” (Lemos, 1859, p. 6) e, fora dele, “sómente na Italia se acha com que se lhe comparar a Toscana, e o reino Lombardo-Veneziano” (Lemos, 1859, p. 27).

As bellezas pittorescas do rio Douro, ora medonho, ora alegre e romantico, são comparadas ás do Rheno, do Danubio e do Rubicon ; quem as queira apreciar pode ir por terra em diligencia até á Regoa, e voltar descendo o rio em um dos grandes barcos razos que fazem esta navegação. (Lemos, 1859, p. 42)

As comparações com outros países são constantes ao longo desta obra. Depois de comparar o rio Douro a outros rios europeus e o Minho a algumas regiões italianas, Ignacio Lemos procura enaltecer a paisagem do país através de comparações com destinos de referência na Europa. Apesar de reconhecer as extraordinárias belezas da Itália e Suíça, Gama (1886, p. 8) irá também fazer referência às “**bellezas naturaes, as obras d’arte e monumentos historicos**”, às “**magnificas praias e aguas medicinaes**” existentes em Portugal. Bordalo (1853, p. v, 1863, p. v) recorre também à comparação para exaltar a beleza de **Lisboa**, já que o viajante ao chegar à cidade “**enxerga um panorama tão variado, ou antes uma sequencia de formosos panoramas**, que faz exitar sobre qual é mais bello se as bahias de Nápoles e de Constantinopla, se este porto magestoso”. O

panorama à chegada a Lisboa seria de tal forma variado que Bordalo (1853, p. vii, 1863, p. vii) dá ainda a conhecer a **aridez das praias e das montanhas a sul**, contrastando com a “belleza da outra margem”. De resto, o autor considera que o **rio Tejo** seria o elemento que “**mais impressiona o forasteiro**”, com “**aguas de bella apparencia** que arrastam areias de oiro” (Bordalo, 1853, p. xvii, 1863, p. xix).

Os arredores da cidade são quasi todos pictorescos, e de ares tão limpos, que por sí sós curam muitas enfermidades, fazem milagres de medecina. (Bordalo, 1853, p. xvi, 1863, p. xviii)

Apesar da informação limitada no que diz respeito aos guias portugueses do século XIX, a tabela 19, procura compilar as principais impressões dos autores nacionais.

Tabela 19 A paisagem de acordo com os autores portugueses

Ano	1853	1859	1872	1886
Autores	Bordalo	Lemos	Machado	Gama
Natureza		País “muito favorecido pela natureza por sua bella posição geographica”		País com “bellezas naturaes, as obras d’arte e monumentos historicos”, às “magnificas praias e aguas medicinaes”
Minho		Minho era considerado o “jardim de Portugal em razão da sua cultura, riqueza e meios naturaes d’engrandecimento e attracção”		
Contrastes	Aridez das praias e das montanhas do sul contrastam com a notável da margem norte do Tejo. O rio Tejo como o que mais impressiona o “forasteiro”.			
Lisboa e Porto	Lisboa como uma cidade elegante e arredores pitorescos.		Lisboa como cidade pitoresca e progressiva	
	Porto de Lisboa tão ou mais magestoso do que o de Nápoles e Constantinópla			

Fonte: Elaboração própria

Accusam-a [Lisboa] geralmente de cidade monotona; faz pouca bulha, falla baixo, e não apregoa grandezas: - quem sabe, porém, se isso mesmo é bom, para o destino não se quezilar e não chegarem até nós nem o ciume, nem as inimisades, nem a inveja dos outros paizes? (Machado, 1872, p. 12)

Embora Lisboa conheça algum desenvolvimento na segunda metade do século XIX, Machado (1872, p. 11) reconhece que se mantêm as **condições pitorescas da cidade**, apesar do “**sôpro visitador do progresso**” vivenciado.

8.2.2. Os portugueses

No que diz respeito aos portugueses, existe pouca informação nos guias de autoria nacional, muito provavelmente porque o destinatário destas obras seriam os precisamente portugueses.

Por 1872, Júlio César Machado considera que **não existiam classes privilegiadas** em Lisboa, já que “toda a gente tem à sua disposição as festas, os passeios, os espectáculos, vivendo independente e livre, igual a todos pelo recreio como é igual perante a lei” (Machado, 1872, p. 11).

Tabela 20 Os portugueses de acordo com os autores nacionais

Ano	1853	1872
Autores	Bordalo	Machado
Classes	--	Inexistência de classes privilegiadas em Lisboa.

Fonte: Elaboração própria

8.2.3. O desenvolvimento civilizacional

- **A produção industrial**

À época, excetuando os produtos de luxo, Lemos (1859, p. 6) informa que, em Portugal, **fabricava-se tudo o que era necessário às comunidades** que habitavam o país, apesar dos “soffríveis [...] pannon e casimiras das fabricas de Lordello, Covilhã e de Lisboa”.

- **A degradação das acessibilidades**

Saídas da guerra civil e das revoluções que se lhe sucederam, as **acessibilidades do país estavam num grande estado de degradação**, num processo “muito lento e precário” (Lemos, 1859, p. 6) de melhoria das acessibilidades. Todavia, partiam de Lisboa “**boas estradas**” (Lemos, 1859, p. 6), sendo a melhor a que ligava a capital ao Porto. Por entre os elogios que faz ao Minho, Lemos (1859, p. 27) reconhece que, quando a viação pública se tornasse tão fácil como na Itália pelo desenvolvimento da ferrovia, o “**Minho excederá toda a expectativa**, por que os seus recursos são inexgotáveis, e a natureza com mão prodiga lh’os multiplica”. Pouco anos depois, Abreu (1865) reconhece que estavam a ocorrer mudanças, com locomotivas a percorrerem **centenas de quilómetros de vias férreas** e com a existência de **estradas macadamizadas**. Mais tarde, Gama (1886) reconhece que o **atraso no desenvolvimento da ferrovia**, mas também a posição geográfica, **explicavam o atraso do país** no que diz respeito ao número de estrangeiros que o visitavam e da quantidade de portugueses que percorriam o país para o contemplar. Espelho desse atraso, Júlio César Machado dá a conhecer a “elegante e espaçosa” estação de Santa Apolónia, que caso esta “**linha ferrea tivesse o desenvolvimento desejavel**, [...] a artéria [uma rua paralela] seria insuficiente para o transito publico” (Machado, 1872, p. 115). Todavia, as coisas estavam a mudar e “as **novas linhas ferreas** facilitaram aos nacionaes os meios de percorrerem o paiz” (Gama, 1886, p. 8).

A hotelaria também é criticada. Em Coimbra, o autor **não recomenda qualquer alojamento**, “onde apenas se encontram **más hospedarias**” (Lemos, 1859, p. 29). De forma semelhante, Mantas (2014) afirma que, no guia de Guilherme Henrique, o autor faz menção à ausência de hospedarias aceitáveis antes de 1851.

No que diz respeito à indústria, Lemos (1859, p. 40) defende que a indústria portuguesa teria o principal núcleo na cidade do **Porto**, cidade essa composta por uma “**população laboriosa**”, que se ocupava de “todas as artes”.

- **O desconhecimento do país e a capital renascida**

Esta era, apesar de tudo, uma época embrionária para o turismo, mas também para a ferrovia portuguesa. Abreu (1865, p. III) lamenta que, apesar da beleza do país, ele seja

tão pouco conhecido “tanto por nacionaes como de estrangeiros, devido à **falta de comunicações**”.

Lembram-se de Lisboa, no estado em que ainda todos nós a conhecemos? Tudo ás escuras...(Machado, 1872, p. 3)

Em 1872, Júlio César Machado dá conta das recentes evoluções no desenvolvimento de **Lisboa**, cidade **outrora “feia”** e onde a **“população vivia assombrada”** (Machado, 1872, pp. 7–8). Porém, o viajante já não encontraria em 1872 as “ruínas mais caricatas que archeologicas da cidade d’esse tempo” (Machado, 1872, p. 9), já que segundo o autor, haviam surgido novas edificações, praças largas, boas hospedarias, teatros elegantes, jardins e *squares*.

Desapareceram em grande parte as ruellas onde nunca penetraram nem o ar nem o sol. Já se encontram pelo caminho bancos de pedra, de ferro, ou de pau, onde uma pessoa se sente. (Machado, 1872, p. 10)

Toda esta dinâmica de progresso vivido por Lisboa era apenas o princípio, “se quizermos comparal-a ás capitaes dos paizes mais adiantados da Europa, mas que faz com que já lembre de vez em quando por uma praça, por um jardim, por um theatro, por uma serie de prédios, por uma ou outra loja, Paris, Madrid, ou Milão” (Machado, 1872, p. 11).

Apesar de todo o desenvolvimento relatado por Machado (1872), a primeira edição do mesmo guia dá a conhecer Lisboa como uma cidade composta por **edifícios elegantes, palácios, casas nobres, jardins, templos, ruínas, mas também por casas modestas, barracas miseráveis, bem como zonas onde a “lama dura [...] todo o anno, e o sol apenas por momentos penetra nas miseráveis habitações da pobre gente que lá vive”** (Bordalo, 1853, p. 107, 1863, p. 143; Machado, 1872, p. 153). Esses contrastes ficam especialmente visíveis na tabela 21, onde o desenvolvimento ombréia com o subdesenvolvimento.

Tabela 21 O desenvolvimento civilizacional de acordo com os autores portugueses

Ano	1853	1859	1865	1872	1886
Autores	Bordalo	Lemos	Abreu	Machado	Gama
Indústria		À exceção dos artigos de luxo, fabricava-se em Portugal tudo o que era necessário às comunidades que habitavam o país.			
Acessibilidades e transportes		As acessibilidades do país estavam num grande estado de degradação			
		Quando a viação pública se tornasse tão fácil como na Itália pelo desenvolvimento da ferrovia, o “Minho excederá toda a expectativa, por que os seus recursos são inexgotáveis, e a natureza com mão prodiga lh’os multiplica”.	Estavam a ocorrer mudanças, com locomotivas a percorrerem centenas de quilómetros de vias férreas e com a existência de estradas macadamizadas.	Reconhece que o atraso no desenvolvimento da ferrovia, mas também a posição geográfica, explicavam o atraso do país no que diz respeito ao número de estrangeiros que o visitavam e da quantidade de portugueses que percorriam o país para o contemplar.	“As novas linhas ferreas facilitaram aos nacionaes os meios de percorrerem o paiz”
Arquitetura	Lisboa composta por palácios, casas nobres, jardins, templos, ruínas, entremeado com casas modestas e barracas miseráveis.			Recentes evoluções no desenvolvimento de Lisboa, transformaram a cidade outrora “feia” e onde a “população vivia assombrada”	

Fonte: Elaboração própria

8.2.4. As crenças e a relação com o divino

Em 1845, um guia de autoria desconhecida e dedicado a Lisboa apresenta a população como católica, “com tolerancia de todas as outras em Capellas particulares, com tanto que não offendam a Religião do Estado” (*Guia de viajantes em Lisboa e suas visinhanças*, 1845, p. 9).

- **A ausência do carácter religioso português**

Grande parte dos guias portugueses do século XIX não faz qualquer reparo à religiosidade do país. Estes guias apresentam listagens de festividades e de imóveis religiosos, contudo nunca apresentam um juízo de valor quanto à religiosidade do povo, ao contrário dos guias estrangeiros, exceção feita ao guia “Guia de viajantes em Lisboa e suas visinhanças” de autoria desconhecida (ver tabela 22).

Tabela 22 As crenças de acordo com os autores portugueses

Ano	1845
Autores	?
	População católica, mas com tolerância a outras religiões.

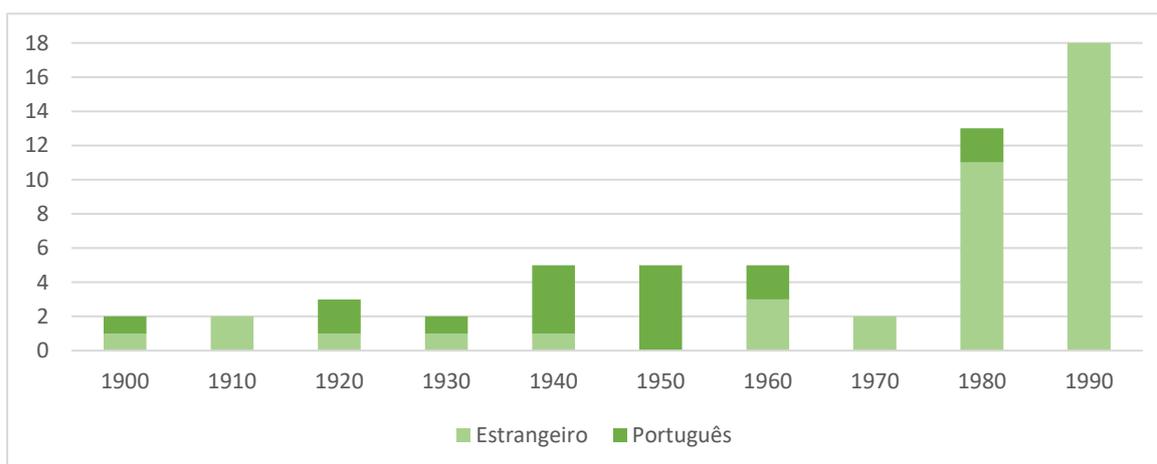
Fonte: Elaboração própria

9. Portugal nos guias do século XX

No século XX assiste-se a um **crescimento do número de guias**, embora este não seja linear e se verifique essencialmente nos de origem estrangeira (ver gráfico 6). No primeiro quartel do século XX torna-se clara a necessidade de autonomizar a presença de Portugal nos guias de turismo, levando a que Bell (1912, p. v), na introdução do guia “*In Portugal*”, chame a atenção para o facto de que com “demasiada frequência Portugal é considerado como uma continuação, e por vezes como uma província de Espanha”. Ainda assim, ao longo da obra, o autor recorre a constantes comparações com Espanha de forma a dar relevo às diferenças existentes entre os dois países.

Volvidos cerca de 80 anos desde a obra de Bell (1912) , o guia “*Fodor’s*” para o ano de 1992, admite que Portugal era ainda visto frequentemente como um “pequeno espaço de terra entre Espanha e o Atlantico” (Fodor & Curtis, 1991, p. 1), levando a que muitas vezes os turistas encarem o país como parte de uma viagem a Espanha e lhe dediquem pouco tempo, “um grande erro” (Anderson et al., 1990, p. 3, 1993, p. 5), uma vez que afinal de contas Portugal “tem mais para mostrar do que países com dez vezes” a sua dimensão. Este final do século XX representa o período de ascensão de Portugal como destino reputado a nível internacional, com os “especialistas em viagens a reconhecerem” (Dennis-Jones, 1981, p. 3) as paisagens, o artesanato, os vinhos e hospitalidade do país.

Gráfico 6 Número de guias (séc. XX) consultados segundo a origem e a década



Fonte: Elaboração própria

Como complemento à descrição efetuada dos guias, recorre-se à obra “Portugal” de Agnes Goodall, obra esta que não pode ser considerada guia nos moldes seguidos nesta investigação.

Não obstante, continuam a surgir guias “ibéricos”, como é o exemplo da obra “*The tourist’s Spain and Portugal*” editado em 1913, da autoria da escritora norte-americana Ruth Wood. Já no final do século XX, Robert Fisher justifica desta forma o guia ibérico:

Iberia is a word provoking wonder. It makes us pause, whenever we ponder taking a trip to Europe, because this dramatic peninsula is anything but ordinary. Mysterious, haughty, tragic ... the adjectives roll out easily, begging us to dare a journey to Spain or Portugal. We know before setting off that Spain won't be dull, or Portugal unpleasant. (Brooks & Brooks, 1985, p. viii)

De forma diferente, Clark (1962, p. xiii) justifica o título e a abrangência do guia que redigiu:

*In organizing the book I encountered an odd problem of arrangement and title. Because Spain is far greater in size and population than Portugal, and because the latter country was originally a branch of the trunk of Castile, breaking away from it in the twelfth century, it seemed obvious that I must place Spain first in the title, calling the book *All the Best in Spain and Portugal*;* (Clark, 1962, p. xiii)

Durante este século, merece também destaque o guia desenvolvido na década de 1940 por duas mulheres inglesas com um conhecimento quase nulo da língua portuguesa, Ann Bridge e Susan Lowndes, que se aventuram numa viagem pelo país, alugando um carro com motorista e visitando locais remotos, redigindo um guia em simultâneo (Vicente, 2008), cujo resultado foi “*The Selective Traveller in Portugal*”, guia este que Pereira (2015, p. 238) considera que não pode passar ao lado de uma investigação sobre a imagem do país pela “literalização do olhar do “Eu” inglês sobre o “Outro” português”. Ainda durante este século, os meios propagandísticos do Estado Novo assumem uma grande importância nos guias desenvolvidos dentro de fronteiras, com os guias estrangeiros a seguir de forma parcial a narrativa governamental (Costa, 2013).

No final do século, Portugal era já um destino num desenvolvimento rápido que levaria a que se tornasse “num dos centros turísticos da Europa” (Fodor & Curtis, 1991, p. vii), embora os preços já não fossem tão baixos como nas décadas anteriores, ainda que

fosse um país com uma excelente “relação preço-qualidade” (Ellingham et al., 1989, p. 9). Esta informação complementa outra presente em edições anteriores do mesmo guia, ao afirmar que “Portugal está de volta ao mapa turístico” (Moore, 1985, p. iii, 1990, p. vii). A procura crescente e a modernização do país não impediam, no entanto, que fosse considerado o “país mais subestimado da Europa” (Fodor & Curtis, 1991, p. 1). A modernização não tinha também, de acordo com Symington (1999), eliminado o artesanato português, assim como os produtos regionais, aliás, Moore (1985, p. 27) apelida o artesanato português como “maravilhosamente variado” e, segundo Page (1998, p. 128), com um “preço razoável”. Entre o artesanato português, Page (1998) recomenda ao leitor a compra de, nomeadamente, azulejos, colchas, tapetes, roupa, cortiça e filigrana. Mais de três décadas antes, Clark (1962, p. xiii) anunciara o crescimento acelerado da popularidade dos países ibéricos e respetivas ilhas que se tornaram “*tourist talk*” por toda a parte. Todavia, em 1985, Portugal ainda era para o turista americano um país sem uma imagem clara:

Portugal has been a country even less clearly seen, its history obscured by a language less ubiquitous than Spanish. (Brooks & Brooks, 1985, p. viii)

Em simultâneo, os turistas americanos buscavam em Portugal evocações do passado, num país que à época permanecia “intocado pelo turismo de massas” (Brooks & Brooks, 1985, p. viii), com vários autores a seguirem uma narração ainda “romantizada” para descrever a paisagem, inexplorada, bem preservada e autêntica (Costa, 2013). É precisamente nesta construção e promoção da imagem de um destino autêntico que Jamal & Hill (2002) defendem que os guias desempenham um papel central. É também neste século que os guias irão solidificar a estrutura, aproximando-se da estrutura e do discurso impessoal que lhe é reconhecido nos dias de hoje (Tejero, 2016).

Neste período torna-se também visível um corte com o tipo de viagem proveniente no século anterior. Pelo desenvolvimento dos meios de transporte, primeiro o comboio e depois o automóvel, Bridge & Lowndes (1949) e Proença (1924) concordam no facto de as viagens modernas serem muito diferentes das deambulações num coche privado, porém Bridge & Lowndes (1949) consideram que esse facto dificulta ao turista extrair informações fundamentais dos guias “*Baedeker*” ou “*Guides Bleus*”, necessitando antes de um guia seletivo. Aliás, a viagem de automóvel por Portugal virá a ser considerada a melhor

forma de conhecer o país (Moore, 1985). Por seu lado, Proença (1924) reconhece que as viagens de carácter circular e de grande raio estavam em desuso, propondo um conjunto de visitas demoradas ao longo de vários anos, indo contra os princípios enunciados por Bridge & Lowndes (1949) ao tentar equiparar-se aos guias “*Baedeker*” e “*Joanne*”. O próprio Raúl Proença (1923, p. 13) volta a reconhecer estes factos ao afirmar que “algumas pessoas discord[am] da forma de Guia itinerário” .

O final do século XX marca também marcar a transição para a informação em meio virtual, no entanto, este novo meio de comunicação não será impeditivo para que continuem a ser produzidos guias a um bom ritmo como é observável na tabela 23.

Lonely Planet was once a guidebook but is now often encountered as pixels on the screen (C. Bell & Lyall, 2004)

Para este período foram analisados os seguintes guias:

Tabela 23 Lista de guias do século XX analisados

Ano	Título	Editora
1905	Manual do viajante em Portugal	-
1909	Portugal	Adam and Charles Black
1912	<i>In Portugal</i>	John Lane
1913	<i>The tourist's Spain and Portugal</i>	Dodd, Mead and Company
1924	<i>Manual del viajero y del turista</i>	.
	Guia de Portugal	Biblioteca Nacional
1929	<i>Southern Spain and Portugal with Madeira</i>	Macmillan & Company,
	Portugal	-
1930	<i>A satchel guide to Spain and Portugal</i>	Boston and Houghton Mifflin company
1932	Como se visita Portugal	-
1937	Guia do excursionista	Livraria Simões Lopes
1940	Manual do viajante em Portugal	Gazeta dos Caminhos de Ferro.
1941	<i>Portugal guide-book</i>	SPN
1943	Almanaque-Guia de turismo	Edições Turismo
1949	<i>The selective traveller in Portugal</i>	McGraw-Hill Book Company.
1950	A cartilha da terra portuguesa	SNI
	<i>Bird's eye view of Portugal</i>	
1956	Roteiros de Portugal	-
1958	Guia histórico-turístico de Portugal	Edição de autor
	<i>Guide to Sunny Portugal</i>	-
1961	Guia turística alfabética de Portugal	Livraria Avis
1962	<i>All the best in Spain and Portugal</i>	Mead & Company.
	<i>A pocket guide to Portugal</i>	AF
1968	Portugal: guia turístico	-

1969	<i>Portugal and Madeira: A guide and gazetteer</i>	Ward Lock
1970	Portugal, Madeira	The Dicken Press
1982	<i>Traveller's guide to Portugal</i>	Geographia Limited.
	<i>Portugal: Blue Guide</i>	Blue Guide
1984	<i>Welcome to Portugal</i>	Collins
1985	<i>Spain and Portugal 1985</i>	Fisher Travel Guides,
1986	<i>Portugal: A visitor's guide</i>	W.H.Allen.
1987	Guia turístico cultural e artístico de Portugal	-
1988	<i>Blue guide: Portugal</i>	A.& C. Black
	<i>A Pocket guide to Portugal and the Portugese Azore</i>	AFIS
1989	<i>Birnbaum's Spain&Portugal 1990</i>	Houghton Mifflin Company
1990	<i>Fodor's 90 Portugal</i>	Fodor's Travel Guides
	Portugal	Cadogan Guides
	<i>The Penguin Guide to Portugal</i>	Penguin Books
1991	<i>Let's go: Spain, Portugal and Morocco</i>	St. Martin's Press
1993	Portugal	Berlitz Publishing Company
1994	<i>Spain & Portugal</i>	AA Publishing
	<i>Frommer's Portugal '94 - '95</i>	Macmillan
1995	<i>Let's go: The budget guide to Spain & Portugal</i>	St. Martin's Press
1997	<i>Portugal, Madeira – the Azores</i>	Michelin
	Portugal (1. ^a ed.)	Lonely Planet Publications
	<i>Portugal: pocket guide</i>	Berlitz
1998	Portugal	AA Publishing
	<i>Insight Guides: Portugal</i>	APA Publications
	Portugal	John Muir Publications
	Portugal	Cadogan
1999	<i>Portugal with Madeira & the Azores</i>	DK Publishing
	Portugal (2. ^a ed.)	Lonely Planet Publications

Fonte: Elaboração própria

9.1. Portugal de acordo com os autores estrangeiros

There's no wrong way to explore Portugal – except to make too many plans in advance.
(Hill et al., 1993, p. 87)

Susan Lowndes é uma testemunha seminal na transformação do país como destino ao longo da segunda metade do século XX, aparecendo como autora ou coautora de vários guias no referido período. A autora reconhece em 1982 que, até recentemente “Portugal era **virtualmente desconhecido aos viajantes**” (Lowndes, 1982, p. 5), afirmação confirmada anos antes por Bradford (1969, p. 5) ao dizer que o país “**é ainda hoje [1969] uma terra largamente por descobrir**”. Aliás, à entrada da década de 1990, Evans (1990) considera que o turismo fora de Lisboa e do Algarve estaria ainda numa fase inicial, com

o segundo a “**emergir rapidamente** como um dos favoritos destinos no continente” (Symington, 1994, p. 4). Pouco anos depois, o guia Berliz para Portugal de 1993 dá relevo às “partes mais reconhecidas do país” (Anderson et al., 1993, p. v), apesar de considerarem que a obra ajuda para além da escolha do hotel e no planeamento da viagem. Portugal é ainda reconhecido como um país onde o “viajante é bem-vindo em cada esquina desta terra maravilhosa, de Lisboa [...] à mais obscura localidade em Trás-os-Montes” (Hill et al., 1993, p. 13). De resto, no final do século XX, Trás-os-Montes era ainda uma região envolta em estranheza por parte de quem a olha de fora, sendo considerada a “mais inusitada região” do país, “terra de lobos e bruxas, onde a vida tradicional continua como há séculos atrás” (Page, 1998, p. 8).

Ao contrário do viajante do século XIX que não se aventurava para lá de Sintra (Bradford, 1969), o turista do século XX vai gradualmente descobrindo o país, estendendo-se a partir da década de 1960 até ao Algarve.

Neste século, assiste-se a uma profusão de novos tipos de guias, editoras e autores, sendo possível encontrar guias editados por entidades que vão desde o automóvel às forças armadas, como é o caso das Forças Armadas dos Estados Unidos da América (EUA) que editam a partir de 1962 um guia sobre Portugal, reconhecendo até que a “maioria dos americanos sabe pouco ou nada sobre Portugal” (AF, 1962, p. 4).

On my first visit to Portugal I was captivated by the country and its people, from the friendliness of hostesses on my Air Portugal flight to the old-world charm of the farmhouse where I spent an enjoyable rustic week in the Alentejo. Little on my subsequent trips has altered my first opinions [...]. (Jepson, 1998, p. 8)

De acordo com Page (1998, p. 11), Portugal poderia não ser reconhecido como “o maior ou mais [...] espetacular país o mundo”, todavia a sua mistura única de “história, paisagem e pessoas” tornariam a viagem verdadeiramente memorável.

9.1.1. A paisagem portuguesa

- **Paisagens desoladoras vs. “glorioso Éden”**

O gosto dos portugueses por flores era, no início do século XX, visível em todas as cidades e vilas do país, onde **qualquer “casebre era frequentemente melhorado por uma lata de fantásticos cravos”** e onde pequenas quintas apresentavam **“esplendidos jardins de frutos e flores”** (Bell, 1912, p. 10). O elogio aos verdejantes jardins portugueses repete-se no final do século por Anderson *et al.* (1993).

A primeira região a ser descrita por Bell (1912, p. 27) na obra *“In Portugal”* é o **Alentejo**, região que para os portugueses é **“meramente feia e desoladora**; para os estrangeiros de passagem é uma das mais interessantes regiões de Portugal”, contrariando a perspectiva de Neale (1855) e Baedeker (1898). Se o Alentejo não é terra de muitos frutos, o **Algarve** é a região de **“quilómetros e quilómetros de figueiras”** (Bell, 1912, p. 54), onde as árvores de frutos estão em todo o lado, não só figueiras, mas também nespereiras, romãzeiras, pessegueiros, amendoeiras e oliveiras. É também uma região de um solo avermelhado e com o topo das encostas ocupadas por moinhos de vento. Por sua vez, a Estremadura é apresentada como sendo, em parte, uma extensão do Alentejo. Mais adiante na obra, o autor deixa transparecer uma total surpresa e rendição relativamente a Lisboa, onde tudo lhe parece belo e esplêndido, exceto o vermelho e o verde agressivos das bandeiras Republicanas.

Everything in Lisbon , the sky, the air, the colours of the houses, the lamps at night in narrow streets or shining through leaves of trees, is soft and beautiful. (Bell, 1912, p. 72)

Tal como no século anterior, **Sintra** continua a ser um dos elementos centrais da descrição de Portugal, um **“glorioso Éden”** (Bell, 1912, p. 90), famosa pela sua beleza (Goodall, 1909), a qual no final do século XX permanecia **“com o ar de cidade de um conto de fadas”** (Tromanhouse & Schwarz, 1991, p. 404), apesar de os mesmos autores chamarem a atenção para os roubos nas zonas mais procuradas por turistas. Mais a norte, apesar de apresentarem a serra da Estrela como o ponto mais alto do país, admitem que a serra do **Gerês** será, **eventualmente, mais bonita**. A serra da Estrela é também a origem

de um **queijo de cabra** que Wood (1913, p. 39) considera “**delicioso**” ou, como mais tarde apelidou Colbert (1995, p. 493) ao referir-se aos queijos portugueses em geral, “**frescos e deliciosos**”. Por sua vez, Hill, *et al.* (1993, p. 303) faz referências aos “**fantásticos queijos regionais**” feitos em Portugal.

No início de século, mantém-se também a descrição do **Porto** como uma **cidade sombria**, porém o interesse da cidade encontra-se, entre outros, na vida existente nas ruas, no cais, no rio e nas ourivesarias.

Its streets and houses are blackened with smoke and coal, a blackening so different from the mellow effects of the smoke of wood and twig kitchen-fire in the farms and villages
(Bell, 1912, p. 158)

Mais tarde, a narrativa sobre o **Porto** continua a não ser de um total deslumbramento, numa **mistura bizarra de aspetos do “primeiro e do terceiro mundo”** (Ellingham et al., 1995, p. 206), com Crawshaw (1986, p. 83) a admitir que a cidade **não é um local que “impressiona de imediato pela sua beleza”**, sendo no entanto considerada

Figura 22 Ilustração de Aveiro



Fonte: Lowndes (1982)

uma cidade frenética e que contrasta com a pacatez da restante Costa Verde, essa região “exuberante [...] uma das mais bonitas” (Page, 1998, p. 27) do país. Por sua vez, a **região das Montanhas** é considerada em 1986 como um “«segredo» turístico” (Crawshaw, 1986, p. 93) guardado por séculos, embora as **estradas ainda fossem sofríveis**.

Com o desenrolar do século XX, à semelhança do que aconteceu com o Algarve, o arquipélago da **Madeira** vai gradualmente ganhando protagonismo nos guias, tornando-se num dos “**mais populares destinos insulares da Europa**” (Crawshaw, 1986, p. 141), apesar da ausência de praias na principal ilha. Aliás, Martins (2011, p. 32) deteta já nos

guias do início do século XX, um esforço para a promoção das praias do Algarve, “não obstante a sua inacessibilidade”. Todavia, outras partes do país que não Lisboa ou o próprio Algarve, não recebiam nem esperavam muitos turistas (Symington, 1994).

- **A diversidade de paisagens**

Portugal is both curiously shaped and curiously situated. (Bridge & Lowndes, 1949, p. 19)

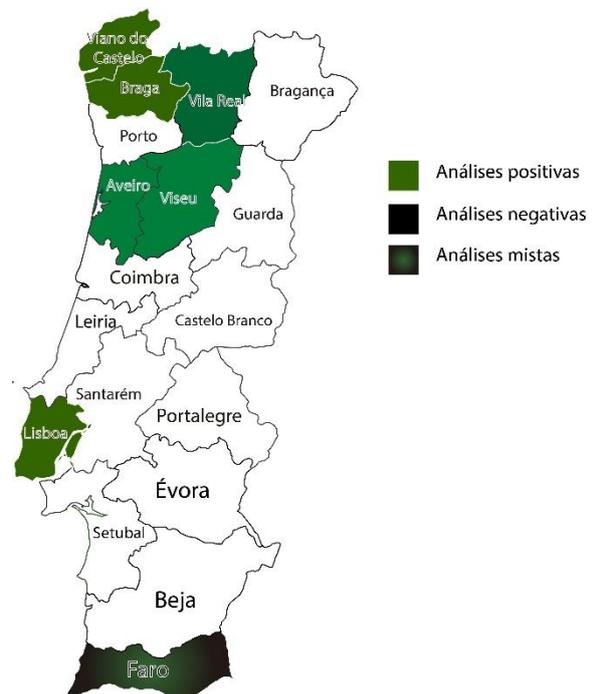
Na década de 1940 Susan Lowndes e Ann Bridge descrevem **Portugal** como um país com uma “**extraordinária variedade e uma infinita multiplicidade de pormenores**” (Bridge & Lowndes, 1949, p. 19), afirmação que Susan Lowndes volta a repetir mais de trinta anos depois na obra “*Travellers guide to Portugal*” de 1982. Na descrição do país feita por estas autoras, surge também uma comparação que já era habitual nos guias do século XIX entre a paisagem portuguesa e os Alpes suíços, embora considerem que quase nada havia “sido escrito sobre as flores silvestres portuguesas” (Bridge & Lowndes, 1949, p. 21). Esta comparação voltará a surgir em 1962, com a **Serra da Estrela** a ser considerada uma “**montanha ao estilo alpino**” (AF, 1962, p. 30). Por sua vez, na década de 1980, os guias “*Fodor*” irá dar a conhecer a abundância de vilas e cidade pitorescas, sendo “**provavelmente as mais impressionantes Aveiro, uma espécie de Holanda portuguesa, uma cidade de canais; Sintra, cuja beleza natural e riqueza de árvores e flores tornaram o nome sinónimo de graciosidade; e Nazaré um centro piscatório de encantadores costumes**” (Moore, 1985, p. 6), num país “maravilhosamente bonito” (Moore, 1985, p. 46). De forma semelhante, grande parte dos autores faz referência às **grandes variações de paisagem para um país tão pequeno**. Contemporâneo destas afirmações, o “*The rough guide to Portugal*” de 1988, afirma que “**poucas pessoas esperariam que Portugal fosse tão bonito como é**” (Ellingham et al., 1988, p. 3), especialmente para quem “vem da planícies áridas do centro de Espanha” (Ellingham et al., 1989, p. I) ou, como o mesmo autor diria mais tarde e de forma mais contundente, Portugal é um país “**surpreendentemente bonito**” (Ellingham et al., 1989, p. I, 1995, p. VI), espelhando a surpresa dos autores perante as paisagens do país.

If you've come from the arid plains of central Spain, Portugal's dry Southern Alentejo region doesn't promise any immediate relief, but – unlike Spain – you don't have to travel very far to witness so total a contrast that it's hard, at first, to take in. Suddenly the landscape is infinitely softer and greener, with flowers and trees everywhere. (Ellingham et al., 1995, p. VI)

Todavia, a paisagem portuguesa é também descrita como fazendo parte de um país que tem um **"solo pobre"**, com dificuldades de desenvolvimento devido à orografia do norte e à aridez do sul mas que, mesmo assim, permanecia um país sobretudo agrícola (Michelin, 1970, p. 14, 1985, p. 14). Contrariando o guia Michelin de 1970, o guia desenvolvido pelas Forças Armadas Americanas em 1962 dava a conhecer Portugal como um **"país encantador, com muitos locais interessantes para visitar e coisas para ver, e [onde] os Portugueses irão recebê-lo [o turista] cordialmente"** (AF, 1962, p. 2) ainda que, admitem, o **Algarve** fosse uma área **"semidesértica"** (AF, 1962, p. 30). Ainda assim, Evans (1990, p. xiv) e Evans & Robinson (1998, p. x) alertam o leitor de que o Portugal é uma nação de poucos superlativos, sendo

Figura 23 Avaliação da paisagem por região

"encantador se lhe for dada uma oportunidade". Apesar do reparo dos autores, este vai dar a conhecer a **"surpreendente variedade de paisagens bonitas"** (Evans, 1990, p. xiv; Evans & Robinson, 1998, p. x), com as diferentes personalidades presentes em cada região, de tal forma que Cal (1991, p. 7) afirma que **"Portugal poderia ser vários países num"** dadas as diferenças paisagísticas existentes no seu interior e em relação à vizinha Espanha, com uma **paisagem mais "suave e verde"** (Ellingham et al., 1988, p. 3). Todavia, as **paisagens mais interessantes do país seriam no norte**, com a **"verdura, humidade e as, por vezes surpreendentes, tradições rurais do minho; o sensacional [...] vale do Douro [...]; e as selvagens serras da Beira-Alta"** (Ellingham et al., 1988, p. 3), criando um país **"adorável"** (Dixon, 1984, p. 6). De resto, o **Minho recolhe a preferência** de vários autores no que diz respeito à paisagem.



A tabela 24 reflete o cruzamento entre as opiniões dos diferentes autores sobre a paisagem portuguesa ao longo do século, observando-se consistência e algum consenso nas opiniões em relação a algumas localidades ou regiões.

Tabela 24 A paisagem portuguesa de acordo com os autores estrangeiros no séc. XX

Ano	1909	1912	1913	1949	1962
Autores	Goodall	Bell	Wood	Bridge & Lowndes	Armed Forces
Vegetação		Esplêndidos jardins de frutos e flores		País com uma extraordinária variedade	
Alentejo		Alentejo como uma das regiões mais interessantes para os estrangeiros			País encantador.
Algarve		Algarve como região onde as árvores de fruto estão por todo o lado.			Algarve semidesértico.
Estremadura		Estremadura como uma extensão do Alentejo.			
Sintra	Famosa pela paisagem.	Sintra como o “glorioso Éden”.			
Serra da Estrela			Queijo de cabra da Serra da Estrela delicioso.		
Porto		Porto como cidade sombria			

Ano	1970	1986	1988	1989	1990
Autor	Michelin	Crawshaw	Ellingham, <i>et al.</i>	Ellingham, <i>et al.</i>	Evans
	Solo pobre.		País mais bonito do que muitos esperariam	País surpreendentemente bonito.	
Sul	Paisagem árida a sul		Paisagem mais verde e suave do que a espanhola		País encantador.
Norte			Em termos de paisagem, a partes mais interessantes estão no norte.		
Porto		Porto não impressiona de imediato pela beleza.			
Madeira		Madeira como um dos destinos insulares mais populares de Europa.			
Ano	1991	1991	1995		
Autor	Tromanhouse & Schwarz	Cal	Ellingham, <i>et al.</i>		
			País surpreendentemente bonito		
		Podia ser vários países num			
Sintra	Sintra como cidade com ar de cidade de conto de fadas.				
Gerês	Serra do Gerês mais bonita do que a Serra da Estrela.				

Fonte: Elaboração própria

9.1.2. Os portugueses

Hill *et al.* (1993) reconhece que definir o carácter de um povo não é uma tarefa simples e Portugal não é exceção. De qualquer forma, os autores afirmam que os “*travelogues* tendem a retratar os portugueses como **tranquilos, sorridentes, pacientes, bem humorados, mas imbuídos na saudade**” (Hill et al., 1993, p. 61), **simpáticos e “honestos”** (Dixon, 1984, p. 23). Ainda assim, os portugueses são apresentados como “**variando pelo menos tanto**” (Page, 1998, p. 8) **como o próprio país**, com os habitantes do norte a demonstrar as suas raízes germânicas e celtas através do olhos azuis e da pele clara, enquanto no sul os olhos escuros e a forma de cantar remetem para os mouros.

You will notice that the Portuguese are a great hand-shakers [...]. (Dixon, 1984, p. 6)

- **Os espanhóis e a mutação do povo português**

Os portugueses são descritos no início do século XX como **um povo diferente do que fora no passado**, um povo que “**combina lealdade com independência, docilidade com determinação**” e que aceita uma situação que não lhe agrada (Bell, 1912, p. 3).

Camões speaks of the "ancient" vigour of the Portuguese, but those who imagine the Portuguese of the twentieth century to be a soft and enervated nation will be surprised to find how much quiet determination, persistent work and brave endurance of hardships exists in Portugal. (Bell, 1912, p. 3)

Os portugueses eram vistos também como um povo com uma **personalidade menos agressiva e sem o irracional e suscetível orgulho dos espanhóis** (Bell, 1912). Para Bell (1912) uma das formas interessantes de comparar os espanhóis e os portugueses seria através das multidões. Enquanto em Espanha uma multidão era composta por unidades momentâneas e não muito densas, em Portugal as multidões eram massas compactas. Aliás a comparação entre os dois povos era uma das intenções da obra em causa (Benmansour, 2011). Ainda de acordo com o mesmo autor, as duas principais características dos portugueses eram por um lado o facto de serem **um povo com uma tranquila solicitude** e por outro, o facto de serem **um povo melancólico**, trazendo à tona a problemática do termo “saudade”:

The famous saudade of the Portuguese is a vague and constant desire for something that does not and probably cannot exist, for something other than the present, a turning towards the past or towards the future; not an active discontent or poignant sadness but an indolent dreaming wistfulness. (Bell, 1912, p. 7)

Estas características coincidem quase na totalidade com aquilo que, quase 90 anos depois, será descrito por Jepson (1998).

The portuguese, for exemple, like to think of themselves as the least Latin of the Latin countries. They are quitter and more reserved than their Spanish and Italian neighbours, and their exuberance is tempered by a famously intangible sense of «saudade», a word which loosely translates as «longing» or «nostalgic yearning». (Jepson, 1998, p. 10)

No final da década de 1980, Ellingham *et al.* (1989, p. II) descrevera a “saudade” de forma mais pormenorizada:

[...] a slightly resigned, nostalgic air, and a feeling that the past will always overshadow the possibilities of the future. (Ellingham et al., 1989, p. II)

A **generosidade e ruralidade** do povo português são também dois fatores muito presentes nos guias do período em análise. Ellingham (1988, p. 9) apelida os portugueses de “**gentis, notavelmente generosos**”, cuja maior dificuldade seria o facto de, nas regiões predominantemente rurais, “nunca se terem deslocado para longe”.

- **Os portugueses, as refeições e o trabalho**

No primeiro quartel do século XX, Portugal era ainda um país onde “sem exagero [...] **dois terços do trabalho**” **era feito por mulheres**, a quem o termo “mourejar” (Bell, 1912, p. 13) se aplicava perfeitamente, já que no calor do dia era possível assistir ao transporte de água, balde após balde, por mulheres, enquanto os homens se encontravam à sombra de uma oliveira. Neste contexto, os “**salários eram bastante mais baixos do que em Inglaterra e o número de horas maior**”, o nascer e o pôr do sol mediam o tempo de trabalho e no verão os dias eram mais longos e o sol “**cruelmente quente**” (Goodall, 1909,

p. 52), num país onde o número de **máquinas aplicadas à agricultura era ainda muito baixo**. Goodall (1909) considera que o trabalho das **mulheres que transportam à cabeça baldes com peixe, acompanhadas por berrantes lenços em volta da nuca, era do mais pitoresco que se poderia encontrar em Lisboa**. Os portugueses são também descritos como um **povo que bebe mais álcool do que os vizinhos espanhóis**, onde a palavra “borracho” é um insulto, contrastando com a palavra portuguesa “bêbedo”, que era usada frequentemente (Bell, 1912, p. 16). Já no final do século Ellingham (1988) dá conta de um país diferente e onde existiriam problemas no mercado de trabalho.

O horário das refeições nos alojamentos portugueses é criticado por Bell (1912), já que para a autora **não faz sentido que, num clima quente, o almoço seja às 10h e o jantar às 17h**. Wood (1913, p. 35) acrescenta ainda que, por volta das 22h, o viajante é convidado para um chá. No final do século, Birnbaum & Birnbaum (1989) admitem que a hora de jantar portuguesa está mais próxima dos países do norte da Europa do que propriamente do horário espanhol. De qualquer forma, Hill, *et al.* (1993, p. 292) advertem o leitor para que, caso seja convidado para visitar uma casa, deverá levar “flores para os anfitriões ou um pequeno brinquedo para uma criança”, mas “não levar vinho”.

Em cada região, Bell (1912) vai descrevendo o respetivo povo e a forma como se vestiam, em especial as mulheres. No **Minho, as mulheres trabalhariam o milho com chapéus brancos de palha, saias escarlate, xailes com franjas de cor verde e amarelo**. No final da década de 1980, os **minhotos** são ainda descritos como pessoas “**trabalhadoras e poupadas**” que fizeram da região uma “**colmeia de atividades**”, mas em contraste com o início do século, as “roupas coloridas” são usadas em dias especiais e de lazer (Crawshaw, 1986, p. 67) por uma população que era, ainda assim, “**conservadora e prolífica**” (Robertson, 1988, p. 72). Bell (1912) prossegue com o **Alentejo** onde as **cores usadas pelos pastores era maioritariamente castanho e preto**, mas na região de Elvas, os vermelhos, amarelos e dourados são descritos como “extremamente brilhantes” (Bell, 1912, p. 29), com as **mulheres a usarem longo brinco de ouro e os homens a transportar grandes guarda-chuvas**. Já no **Algarve, quase todas as mulheres vestiam longos xailes, pequenos chapéus em “forma de pires” por cima dos lenços verdes, vermelhos ou pretos**. Por seu turno, na **Estremadura as mulheres usavam chapéus planos em sede preta por cima de lenços brilhantes**. Na região de **Leiria e Tomar, as mulheres recorriam, à época, a longos lenços escarlates enquanto colhiam milho com foices**, enquanto as da **Serra da Estrela, usariam o lenço a cobrir totalmente o cabelo e**

atado por baixo do queixo em várias tonalidades. Tal como Neale (1855) notara no século XIX, Muirhead (1929) referir-se-á aos **minhotos como um povo devoto e de emigrantes de sucesso**, este último visível nas “casas de brasileiro” existentes na região. Já os **transmontanos** são descritos como “**rudes e primitivos**” (Muirhead, 1929, p. 183), mas **igualmente devotos e conservadores** como os minhotos, os **beirões** como **místicos, melancólicos e corajosos**, o **alentejano** como um **indivíduo robusto e de bigode**, enquanto o **algarvio** é descrito como **conversador**.

Independentemente das assimetrias existentes entre as diferentes regiões do país, os portugueses são vistos como indivíduos de uma “**encantadora e alegre simpatia**” (Bridge & Lowndes, 1949, p. 33) e com uma cortesia elevada e elaborada, destacando-se o **inato sentido de cortesia** (Bridge & Lowndes, 1949; Fodor & Curtis, 1991; Symington, 1999) apontado por vários autores, mas também “**orgulhosos do seu património**” (AF, 1962, p. 1) e “**pessoas sérias**”, “**calorosas e muito sentimentais assim que seja aceite como amigo**” (AFIS, 1988, p. 21). O **sentimentalismo português** é também apontado por Cal (1991, p. 10), levando por vezes a sua “**«gentileza»** longe demais e a ser compassivos com os criminosos”.

A common Portuguese reaction to the fears of even a multiple murderer is a sympathetic murmur of “poor thing” (coitadinho). (Cal, 1991, p. 10)

Moore (1985) vai mais longe, considerando que os **níveis de cortesia portugueses são por vezes semelhantes à formalidade chinesa**, algo que Cal (1991, p. 56) também dá a conhecer, afirmando que os portugueses são “**pessoas formais e dão muita importância às boas maneiras**”. No entanto, Symington (1999) alerta para o facto de que essa **cortesia desaparece por completo ao volante**. Tal como Bridge & Lowndes (1949), López (1924) assinala igualmente as diferenças de carácter existente os portugueses das várias regiões que compõem os país, sendo **pacíficos, laboriosos e sofridos no Minho**, os das **montanhas são descritos como altivos, generosos, guerreiros**, enquanto os do **Alentejo, como francos e hospitaleiros** e, por fim **no sul, o autor adjetiva os habitantes como urbanos e alegres**. Precisamente no que diz respeito às assimetrias acima referidas, no guia editado em 1962 pelas Forças Armadas americanas, são feitas referências à dureza do trabalho rural que não é impedimento para uma “**hospitalidade insistente e de coração aberto com os estrangeiros**” (AF, 1962, p. 15). A hospitalidade é, de facto, uma das

características mais presentes e consensuais na descrição do povo português, à qual se pode somar a honra, a discricção e a generosidade (Jepson, 1998).

Apesar da hospitalidade relatada por grande parte dos autores, Hill, *et.al.* (1993, p. 61) afirma que a “única falha no carácter” verifica-se na relação dos portugueses com o tempo, já que “ninguém parece ter pressa ou sequer perto disso”.

- **As fantásticas corridas de touros em contraste com a crueldade espanhola**

Tal como no final do século XIX Baedeker (1898) enaltecera o facto de as corridas de touros em Portugal não serem tão violentas como em Espanha, Wood (1913, p. 58) irá considerá-las “**puramente um jeu d’adresse**” ou, como diria mais tarde Brooks & Brooks (1985, p. 288), é a “**mais fantástica demonstração de equitação**”. Moore (1985, p. 26) e Beresky (1991, p. 36) chamar-lhe-iam ainda uma combinação de “**elegância, audácia e destreza**”, sendo **menos “cruel e revoltante do que em Espanha**” (Crockett & Crockett, 1930, p. XXVIII). As corridas de touros portuguesas são também apelidadas como uma forma “**mais civilizada de entretenimento**” quando comparadas com os “espetáculos sanguinários” de Espanha (Robertson, 1988, p. 97), resultando num **espetáculo de “tirar o fôlego**” (Jepson, 1998, p. 178). Por estes motivos, Muirhead (1929, p. 193) refere que as corridas de touros em Portugal são consideradas aos “olhos de um britânico ou americano [...] **mais atrativa do que em Espanha** [...] com a **ausência de um derramamento de sangue desnecessário**”.

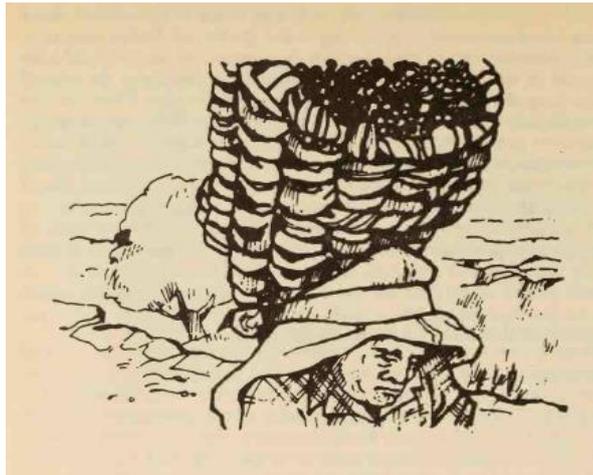
- **O parco domínio linguístico**

O panorama do domínio linguístico do país não mudou muito em mais meio século desde o reparo de Neale (1855), já que, de forma semelhante, Wood (1913, p. 35) considera que o **Inglês** era uma “**língua incógnita para os portugueses da província**”. Apesar das limitações linguísticas dos portugueses, Muirhead (1929, p. 195) considera “**encantadora a característica portuguesa de não tirar proveito do viajante**” que não está preparado para falar português, mas sim demonstrando ânsia para o ajudar.

- **O consumo e a qualidade do vinho português**

Apesar de Portugal ser reconhecido como um país produtor de vinho, embora **nem sempre de qualidade**, os portugueses são apelidados como “**ávidos consumidores de vinho**” (Wood, 1913, p. 40), ou nas palavras de Brooks & Brooks (1985, p. 355) são

Figura 24 Ilustração do quotidiano do trabalho em Portugal



Fonte: Beresky (1992)

peessoas que “**gostam de vinho – bebem 95 litros por pessoa por ano**”, razão pela qual o país possuiria a mais alta taxa de consumo de vinho *per capita* da Europa (Cal, 1991). Esta é também uma **bebida considerada “universal”**, bebida por pobre e ricos (Bridge & Lowndes, 1949, p. 20) e **bebida desde a infância** (Cal, 1991). Certo é que Robertson (1988) e Hobbs & Adzigian (1994) consideram que os vinhos portugueses estariam à época numa grande mudança de carácter e a serem descobertos como vinhos de qualidade superior embora, com a exceção do vinho do Porto e Madeira, fossem “**em grande parte decentes e simples, sem o snobismo místico**” (Fodor & Curtis, 1991, p. 68) dos vinhos franceses. Steves (1998, p. 24) apelida o vinho português como “**aceitável**”, mas Symington (1999) faz nota das melhorias introduzidas depois da adesão à CEE. Cerca de meio século antes, Muirhead (1929, p. 191) apelidara o vinho português como “**bom e barato em toda a parte**”, por outro lado, a **cerveja era quase sempre má**. De forma semelhante, Bridges & Lowndes (1949) demonstram surpresa pela qualidade dos vinhos, mas também pelo seu baixo preço. Já no final do século, o **preço do vinho continuava como uma “insignificância para os padrões norte americanos”** (Colbert, 1995, p. 493), ou nas palavras de Wilkinson & King (1999, p. 106), o **vinho era “provavelmente melhor e mais aditiva pechincha”**, numa época em que os vinhos portugueses estavam a atingir

renome internacional (Jepson, 1998), afinal de contas, **Lisboa** possuía alguns dos “**mais baratos restaurantes e melhores vinhos de qualquer capital europeia**” (Colbert, 1995, p. 507; Gutheil, 1997, p. 529). Apesar de alguns autores considerarem que os vinhos portugueses teriam uma qualidade duvidosa, Ellingham (1988, p. 12) reforça a ideia transmitida pela maioria dos guias do século XX, considerando-o “«dramaticamente» barato e de uma qualidade geral fantástica”.

The average Portuguese, best observed in country districts and small towns remote from cosmopolitan traffic, is less arrogant and less decided than the Spaniard and more broad-minded and obliging. (Muirhead, 1929, p. 182)

O vinho é um dos elementos cuja presença é transversal à grande maioria dos guias. Os guias que não fazem uma avaliação qualitativa do mesmo, fazem pelo menos uma referência à bebida como “parte da forma de vida portuguesa” (AF, 1962, p. 10). Apesar de o vinho português não convencer todos os autores, Tromanhouse & Schwarz (1991, p. 386) recomendam ao turista que não deixe o país sem o experimentar. Desta forma, Symington defende que a “falta de subtileza dos vinhos” (Symington, 1994, p. 6) era compensada pelo carácter, de certa forma contrariando a visão de Bradford (1969) que o considerara como simples e despretensioso. Mesmo não tendo crítica unânime quanto à sua qualidade, o vinho português é também elogiado por Cal (1991, p. 47), considerando-o como “**um dos segredos mais bem guardados da Europa**”, resultando num vinho “**delicioso**” (Hill et al., 1993, p. 307), numa época em que a indústria dos vinho no país se encontrava em modernização. Apesar de tudo, décadas antes beber vinho português, fosse onde fosse, já era considerado um prazer (Bradford, 1969). De resto, e independentemente da qualidade do vinho, grande parte dos autores referem-se ao vinho português como sendo, acima de tudo, barato (AF, 1962; Bradford, 1969; Colbert, 1995; Ellingham et al., 1988, 1995; Muirhead, 1929).

Portuguese wines are dramatically inexpensive e de uma fantástica qualidade [...].
(Ellingham et al., 1989, p. 17)

Dixon (1984) deixa ainda um reparo à diversidade de vinhos em Portugal. O autor afirma que “não satisfeitos com os três tipos de vinho normais – branco, rosé e tinto – Portugal adiciona um quarto, verde” (Dixon, 1984, p. 18).

- **Diferenças e semelhanças com os espanhóis**

Sobretudo nos guias divididos com outros países, normalmente com a Espanha, surgem anotações sobre o que os povos têm de diferente e em comum, com os portugueses a serem recorrentemente apelidados de **melancólicos** (Bell, 1912; Muirhead, 1929). Da mesma forma, o guia editado pelas Forças Armadas dos EUA admite que a maioria dos americanos sabe pouco ou nada sobre Portugal e, por isso, faz uma breve explicação para distinguir os dois povos:

Even though the Portuguese like to take a life a bit easy when they can, they don't indulge in Spanish-style siestas; Portuguese dancers don't use castanets; the Portuguese guitar is different from the Spanish guitar; their bullfighters are different; and only Portugal has fado singers. (AF, 1962, p. 4)

De forma a diferenciar os portugueses dos espanhóis, Cal (1991) faz também referência a que a sesta não é habitual em Portugal.

Todavia, o guia admite que os portugueses “partilham com os vizinhos espanhóis [...] uma **cortesia excepcional e simpatia com os visitantes**” (AF, 1962, p. 5), ainda que, Ellingham *et al.* (1989, 1995, p. VI) defenda que os portugueses são “**mais corteses**”. Ainda assim o guia admite que “tal como não existe o «típico americano», também **não existe o «típico português»**” (AF, 1962, p. 7), já que, prossegue, existem portugueses altos e baixos, com pele clara e com pele mais escura, olhos castanhos e olhos azuis. Este guia reforça ainda a ideia de que os portugueses são “sérios, calorosos, sentimentais e educados” (AF, 1962, p. 7), estando sempre presente nas entrelinhas uma comparação com a realidade americana, considerando os portugueses mais formais e respeitadores da autoridade do que os americanos. Na extensa descrição do povo português feita pelo guia americano, é feita ainda referência à forma como os portugueses encaram a família. Para os autores do guia das Forças Armadas, a família está sempre envolvida de alguma forma em todos os atos sociais, contudo, não convidam pessoas conhecidas casualmente para a própria casa, convidando apenas as pessoas de que gostam, em quem confiam e que “verdadeiramente consideram amigos” (AF, 1962, p. 8). A realidade da família portuguesa é retomada por Hill, *et al.* (1993, p. 62) ao descrevê-la como “mais estável [...] do que o contexto político ou económico”. Ainda no guia de 1962, além da constante comparação com a realidade americana, está também presente de forma repetida a referência ao carácter conservador do

povo português. Anos mais tarde, um guia igualmente americano, informa os leitores da possibilidade de encontrar anfitriões com posturas conservadoras e vestidos de forma conservadora, recomendando assim ao turista que faça o mesmo (AFIS, 1988). Alguns anos antes, Dennis-Jones (1981, p. 29) fazia uma apreciação semelhante, descrevendo os portugueses como **“fortemente católicos, extremamente conservadores nos seus hábitos e atitudes, mas deliciosamente hospitaleiros e amigáveis para os estrangeiros”**. De qualquer forma, o guia de 1962 deixa dois alertas aos leitores americanos que visitem o país:

One is that many Portuguese have been in United States, and some may know more about it than you do. The other point to remember is that your country is less than 200 years, and theirs is more than 700 years old. So don't scoff at their ideas and ways of doing things just because they don't resemble yours. (AF, 1962, p. 96)

Wilkinson & King (1999), ao apresentarem factos sobre Portugal, debruçam-se, entre outros aspetos, sobre a possibilidade de fotografar pessoas. Apesar de fazerem um pequeno parêntese quanto aos mais idosos, os autores consideram que todos portugueses gostam de ser fotografados e de que as crianças sejam fotografadas, provavelmente por, tal como admite Beresky (1991, p. vii), possuírem uma **“inata cortesia e gentileza”**, onde a **“cortesia do velho mundo ainda é proferida e expectada”** (Jepson, 1998, p. 248), enquanto Lowndes (1982, p. 5) acrescenta a presença e preservação de valores “há muito desaparecidos noutros países”, como o valor dado à vida em família e aos idosos, “apesar dos antigos costumes estarem gradualmente em mudança” (Symington, 1999, p. 16). De facto, o valor dado à família na sociedade portuguesa surge em vários guias deste período. Todavia, Cal (1991, p. 28) dá a conhecer ao turista que esta realidade está a ser “destruída rapidamente, graças à influência dos filmes, TV, drogas”, entre outros, apesar de reconhecer que a família continuaria a ser uma instituição sólida em Portugal.

A gentileza é também referida por Cal (1991), Evans (1990, p. 22) e Evans & Robinson (1998, p. 44), tratando-se de um povo que retém uma grande dignidade, mas também um “genial pessimismo”. Além da referida característica dos portugueses, Beresky (1991, pp. 8–9) alerta para as eventuais dificuldades linguísticas que o turista poderá sentir, mas que serão ultrapassados pela “natureza extraordinariamente paciente do comum português” e da sua **“amabilidade”**, numa época em que os **níveis de iliteracia eram ainda elevados** (Cal, 1991). Apesar da atitude relaxada dos portugueses e à semelhança do

que o guia das Forças Armadas dos EUA alertara em 1962 e 1988, Symington (1999) dá a conhecer a possível falta de pontualidade dos mesmos.

Although the Portuguese are an easygoing race, they have very high standards of manners.(Fodor & Curtis, 1991, p. 34)

Pontualmente, alguns guias oferecem diferentes conselhos para vários tipos de turismo. Beresky (1991, p. 34) apresenta conselhos aos turistas em negócios, nomeadamente a nível de cortesia. Mais uma vez o autor apresenta os portugueses como indivíduos relaxados, mas com altos padrões de conduta. No mesmo sentido, Hobbs & Adzigian (1994, p. 577) consideram que os portugueses não hesitariam em ajudar o turista, apesar de serem “**surpreendentemente recatados**” em contraste com a exuberância espanhola.

But most outstanding is their simple sincerity, plain on their faces and in their eyes. The Portuguese are hard to dislike. (Hobbs & Adzigian, 1994, p. 577)

No mesmo ano, Porter (1994, p. 18) faz também uma distinção entre os dois povos ibéricos ao considerar que os portugueses “desenvolveram um carácter decididamente diferente” em relação aos espanhóis. O autor acrescenta ainda que estas características portuguesas farão o turista regressar a casa “**preenchido pelas pessoas calorosas**” (Porter, 1994, p. 18), acessíveis e prestáveis.

- **Marcas de desenvolvimento e subdesenvolvimento na sociedade portuguesa**

Na década de 1960 são feitos alguns reparos à forma de vestir, em especial às mulheres, apesar de “**muitas tradições e costumes estarem em lenta mudança**” (AF, 1962, p. 10). A ligação entre o conservadorismo e o subdesenvolvimento é também referido por Dennis-Jones (1981), contudo este autor defende que Portugal não seria um país que tivesse sido “deixado para trás”, era sim um país “**moderno e, ao mesmo tempo, um local onde a forma tradicional de vida ainda persistia**” (Dennis-Jones, 1981, p. 29).

Três décadas mais tarde, e apesar de todo o desenvolvimento experimentado pela sociedade portuguesa, em 1994, o guia Frommer’s relata ainda a existência na costa

portuguesa de “mulheres cobertas de negro à borda da água a aguardar no escuro e com um olhar ansioso” (Porter, 1994, p. viii) os maridos pescadores, considerando até que o “preto seria provavelmente a cor mais popular para as roupas em Portugal” (Porter, 1994, p. 17). Apesar desta realidade ser desmentida por Jepson (1998) poucos anos depois, ao considerar essa uma realidade das áreas rurais, no início da década Evans (1990, p. 24) defendera também que o “preto é uma cor popular para as roupas” em Portugal, repetindo a afirmação na quarta edição do mesmo guia oito anos depois. Dixon (1984, p. 6) apresenta também aos leitores a possibilidade de observar no país “mulheres a lavar a roupa nos rios ou nos lavadouros comunitários”, bem como o transporte das mesmas em cima da cabeça. Esta realidade era visível nas zonas rurais, onde as mulheres cujos maridos se encontravam ausentes, “muitos a trabalhar em França ou Alemanha, ou no mar” (Ellingham et al., 1989, p. II).

No entanto, Symington (1999) afirma que os portugueses se vestem, tendencialmente, bem. Nesta década, Anderson *et al.* (1993) afirmam que não existiam em Portugal grandes restrições à forma de vestir, deixando no entanto alguns reparos.

Casual dress is acceptable during the day throughout Portugal, but this doesn't mean shorts, except at the beach. Miniskirts, tights, and tank tops may raise a few eyebrows, too, although Portugal's dress code isn't as staid or stuffy as it once was. (Anderson et al., 1993, p. 30)

Apesar de todas estas mudanças, no final do século XX, Portugal era ainda visto como tendo uma sociedade patriarcal e com falhas na defesa da mulher, de tal forma que Wilkinson & King (1999, p. 86) chegam a referir que uma mulher estrangeira desacompanhada num zona rural do país é uma situação “considerada estranha”, ou pior, nas “bolsas ultraconservadoras do norte”, o guia recomenda aos casais que não contraíram matrimónio a apresentarem-se como casados na procura de alojamento (Wilkinson & King, 1999, p. 86), ainda assim Cal (1991, p. 8) defende que no **norte do país** as pessoas são tendencialmente “**mais amigáveis e prestáveis do que no sul**”, com os “**garçons mais atenciosos, lojistas mais educados**”, avançando que estas diferenças se podem dever ao facto de o turismo ser ainda algo novo no norte, ao contrário de Lisboa e Algarve. A mesma autora apresenta ainda aos leitores o **norte do país como mais “conservador e tradicional”** (Cal, 1991, p. 8) **do que o sul**, onde a igreja católica e o conservadorismo político tendem a dominar, contrastando com o sul “liberal e de livre

pensamento” (Cal, 1991, p. 9), em linha com Hill, *et al.* (1993) que apresenta o norte como mais conservador a nível político e cultural, enquanto o sul é descrito como mais liberal. Certo é que, apesar de conservadores e de manterem valores tradicionais como a família, é reconhecido que as gerações mais jovens estavam a mudar o paradigma mantendo-se, no entanto, “muito afáveis e tolerantes” (Cal, 1991, p. 10). De forma semelhante aos autores referidos anteriormente, Page (1998, p. 27) atribui o conservadorismo dos minhotos à longa história da região que terá deixado bem enraizado nestes o “carácter português”.

Hobbs & Adzigian (1994, p. 32) não traçam um cenário tão negativo, considerando que a **situação portuguesa era semelhante à espanhola**, onde teria ocorrido uma grande alteração desde o fim do regime repressivo, admitindo, no entanto, que **alguns elementos do «machismo» Latino se mantinham**. Por outro lado, Jepson (1998, pp. 250–251) considera que o conceito latino de machismo “não está tão profundamente enraizado em Portugal como em Espanha ou outros países latinos”, ou nas palavras de Ellingham (1988, p. 8, 1989, p. 23), **não existe o “exagero” presente no restante sul da Europa latina**, o que será um alívio, caso o turista tenha visitado a Espanha. Symington (1999, p. 429) dá também a conhecer que o **país é “razoavelmente seguro” para mulheres** que viajam sozinhas, reconhecendo que **Portugal era um país “notavelmente seguro”** (Ellingham et al., 1995, p. 35; Jepson, 1998, p. 246), especialmente quando a distância para outros estrangeiros é grande (Evans, 1990, p. 9; Evans & Robinson, 1998, p. 16). Cal (1991, p. 29) faz uma descrição semelhante no que diz respeito à segurança de mulheres sozinhas em viagem pelo país, avisando estas de que poderão ser alvo de comentários por parte dos homens, no entanto, “provavelmente não passará disso”. De forma similar, Wilkinson & King (1999) e Hobbs & Adzigian (1994), apesar de reconhecerem a existência de poucos relatos de problemas sérios, também recomendam às turistas precaução nas zonas percorridas durante a noite, em especial no Porto e Lisboa. Anos antes, era relatada a forma lenta como as tradições e costumes mudavam, num país onde as **mulheres ainda não gozavam da mesma liberdade das mulheres americanas**, de tal forma que o guia recomenda que uma mulher turista que seja solteira se vista de forma conservadora, particularmente nos restaurantes, hotéis e outros espaços públicos (AFIS, 1988), ainda que o país seja descrito como tendo uma sociedade matriarcal (Hill et al., 1993). Apesar de tudo, Evans (1990, p. 10) e Evans & Robinson (1998, p. 26) consideram que em Portugal o **assédio sexual é inexistente quando comparado com outros países latinos** ou, nas palavras de Ellingham *et al.* (1995, p. 35), “o ruralismo e a vida nas pequenas cidades

fazem de **Portugal um dos mais relaxados países latinos**". O país é também considerado excelente para visitar com crianças dada a tolerância portuguesa. Page (1998, p. 134) vai mais longe e afirma que **os portugueses "adoram crianças"**. De igual forma, o guia alerta para a **difícil aceitação da homossexualidade** fora de Lisboa, Porto e Algarve.

[...] in rural áreas, single woman Travellers are a cause of amazement rather than anything else; in large towns and cities, infuriating men on the street hiss or cluck their approval. (Evans, 1990, p. 10)

O guia de 1999 editado pela "*The Automobile Association*" e redigido por Tim Jepson debruça-se ao longo de várias páginas sobre a sociedade portuguesa, dando a conhecer, entre outros, a dinâmica do nascimento e morte em Portugal, a educação, uma área onde considera que o país tem registado grandes evoluções, apesar de 20% da população ser ainda iletrada, e as festividades.

Durante o século XX, os traços gerais atribuídos à personalidade dos portugueses não variam muito, surgindo os mesmos, regra geral, como um povo acolhedor, caloroso, amigável com o turista que recebe e conversador. No fundo, reconhece Jepson (1998), nada define melhor um país do que o seu povo e, em grande parte, o charme de Portugal reside nos "**portugueses, com uma paixão latina, uma exuberância social e natural misturada com uma encantadora combinação de discrição, hospitalidade e uma melancolia de raízes profundas**" (Jepson, 1998, p. 10), melancolia essa, responsável pela criação do fado (Cal, 1991). Os traços de personalidade atribuídos aos portugueses contribuiriam também para que o Portugal fosse um dos "**poucos países onde o turista não se sente como um estrangeiro**", já que os portugueses aceitariam os "visitantes e as suas peculiaridades sem comentários" (Cal, 1991, p. 10).

Most Portuguese are very helpful to foreign tourists. You will often find that someone you have asked for directions will drop whatever tas he is engaged in to become your self-appointed guide. (Cal, 1991, p. 10)

No final do século XX, o desenvolvimento de algumas zonas era ainda descrito como havia sido no século anterior. Page (1998, p. 54) apresenta **Trás-os-Montes** como sendo a região "**mais pobre e mais remota**" do país, cujos elementos de modernidade tinham origem nos fundos provenientes da emigração e da União Europeia.

A **agricultura** surge também como um dos elementos que **espelhava o subdesenvolvimento** do país, em particular a existente em Trás-os-Montes e no Alentejo. Neste último, a “**resistência à modernização** restringe a produção ao milho e cereais a metade da produção existente na vizinha Espanha num terreno semelhante e menos de um quarto do resto da Europa” (Dixon, 1984, p. 6).

- **As touradas**

Tal como nos guias do século anterior, as touradas portuguesas continuam a ser comparadas com as espanholas. Esta comparação entre as **touradas portuguesas** e espanholas surge em vários guias, tendo esta desenvolvido de forma “**muito diferente da espanhola**” (Dennis-Jones, 1981, pp. 35–36), com a portuguesa a ser invariavelmente considerada **menos violenta** (Hill et al., 1993), com um aspeto menos sangrento do que em Espanha (Bradford, 1969), “revelando o carácter nacional”, apesar de “infelizmente o animal ainda ser atormentado antes de ser levado para fora da arena” (Symington, 1994, p. 104) ou simplesmente com uma referência ao facto do touro, ao contrário do país vizinho, não ser morto na arena, mas sim num matadouro (Page, 1998). Por seu lado, Dixon (1984, p. 20) afirma que, ao contrário da tourada espanhola, a tourada portuguesa “envolve o mínimo risco para o toureiro e o máximo respeito pelo touro”. Assim, como espetáculo, é “preferível” (Ellingham et al., 1988, p. 14, 1989, p. 21, 1995, p. 34) à espanhola.

In Portugal the men rather than the bull get the worst of the fight. (Cal, 1991, p. 50)

Apesar de menos violenta do que a espanhola, para Hil, *et al.* (1993) a tourada não é para estômagos fracos. A tourada é vista também como o **segundo desporto nacional** depois do futebol (Bradford, 1969), desporto esse descrito como sendo um “jogo de família” e sem a violência existente noutros locais (Page, 1998, p. 128).

Contrastando com a realidade do Algarve, Page (1998, p. 35) dá destaque à costa minhota, uma vez que nessa região os habitantes não dependeriam do turismo e, como tal, o turista pode “experienciar o Portugal real”.

- **Portuenses vs. Lisboaetas**

De forma a explicar melhor as diferenças entre os portugueses, alguns guias optam por apresentar as diferenças entre os habitantes de Lisboa e do Porto. Page (1998, p. 41) afirma que os habitantes do Porto, contrastando com os lisboetas, “sabem que vivem num local agradável e que não necessitam de fazer *show off* sobre isso”

A tabela 25 compila as inúmeras opiniões dos autores estrangeiros sobre os portugueses, demonstrando um grande nível de unanimidade.

Tabela 25 Os portugueses de acordo com os autores estrangeiros

Ano	1909	1912	1913	1924	1929	1949	1962	1969	1982	1985	1986	1988
Autores	Goodall	Bell	Wood	López	Muirhead	Bridge & Lowndes	AF	Bradford	Lowndes	Brooks & Brooks	Crawshaw	AFIS
		Leais e docéis				Encantadora e alegre simpatia.	Hospitaleiros					Calorosas e muito sentimentais.
Touradas		Menos agressivos e sem o irascível orgulho espanhol.						Touradas sem o aspeto sangrento de Espanha.				
Cortesia		Povo com uma tranquila solicitude e melancólico.				Povo cortês	Cortesia excepcional. Simpáticos e conservadores.		Com valores há muito desaparecidos noutros países.			
Trabalho	Salários mais baixos e mais horas de trabalho do que na Inglaterra.											
	Dois terços do trabalho feito por mulheres.											As mulheres não gozavam da liberdade das americanas.
Vinho		Horário das refeições sem sentido num clima quente.	Ávidos consumidores de vinho.		Vinho bom, barato e em todo a parte, mas a cerveja de má qualidade.	Bebida universal, de qualidade surpreendente e de baixo preço.	Vinho como parte da forma de vida portuguesa.	Bons vinhos da casa. Vinho leve e desprezioso		Gostam de vinho.		

Características regionais				Sofridos, pacíficos e laboriosos no Minho, altivos, generosos, guerreiros nas montanhas, francos e hospitaleiros no Alentejo e urbanos e alegres no Sul.	Minhotos devotos e emigrantes de sucesso e transmontanos rudes e primitivos.							
Património								Orgulhoso do seu património.				
			Inglês como língua incógnita na província.									
Tradições								Tradições e costumes em lenta mudança.	Tourada como segundo desporto nacional			
Ano	1988	1989		1990	1991		1993		1994		1995	
Autor	Robertson	Birnbaum & Birnbaum	Ellingham, <i>et al</i>	Evans	Beresky	Cal	Anderson, <i>et al.</i>	Hill, <i>et al.</i>	Hobbs & Adzigian	Jepson	Colbert	Ellingham, <i>et al</i>
Cortesia			Mais corteses do que os espanhóis.	Gentis e amigáveis.		Gentis, sentimentais, introvertidos, melancólicos e reservados. Formais.		Imbuídos na saudade.				Mais corteses do que os espanhóis.
Tourada								Tourada menos violenta do que em Espanha.		Carácter diferente dos espanhóis.		

Temperamento				Pessimistas e tolerantes com estrangeiros.	Inata cortesia e gentileza. Amáveis e pacientes. Relaxados e com elevados padrões de conduta.	No norte tendencialmente mais amigáveis e prestáveis do que no sul. No norte mais conservador e tradicional do que o sul.		Pacientes, tranquilos, risonhos e educados.		Pessoas calorosas.		
Características sociais				Quanto mais longe de outros estrangeiros, menos provável seria de ser roubado. Assédio sexual inexistente quando comparado com outros países latinos.		Aceitam os visitantes e as suas peculiaridades sem comentários. Seguro para as mulheres.		Sociedade matriarcal.		Surpreendentemente recatados. Situação da mulher portuguesa semelhante à espanhola.		
Vinhos	Vinhos em mudança qualitativa.	Hora de jantar mais próxima dos países do norte da Europa do que de Espanha.			Vinhos sem o snobismo místico francês.	Tendem a beber demasiado. Portugueses preparam melhor o peixe do que a carne. Vinho como um dos segredos mais bem guardados da Europa-		Indústria do vinho modernizada. Vinho delicioso.		Vinhos em mudança qualitativa.		Vinhos a preços insignificantes para os padrões norte americanos.
Educação					Dificuldades linguísticas.	Sem escolaridade.						
							Não existem grandes restrições na forma de vestir.			Preto como a cor mais popular para as roupas.		

Ano	1998	1998	1999	1999								
Autor	Jepson	Steves	Wilkinson & King	Symington								
Temperamento	Mais calmos e reservados do que os espanhóis e italianos											
Cortesia	Cortesia do velho mundo.			Povo cortês, exceto ao volante.								
Características sociais	Conceito de latino de machismo menos enraizado que em Espanha. Notavelmente seguro.		Sociedade patriarcal.	Antigos costumes em mudança. Razoavelmente seguro para mulheres sozinhas.								
Vinhos	Estavam a atingir renome internacional.	Vinhos aceitáveis.	A melhor e mais aditiva pechincha.	Vinhos em evolução desde a adesão à CEE.								
				Vestem bem.								

Fonte: Elaboração própria

9.1.3. O desenvolvimento civilizacional

- **Os surpreendentes caminhos de ferro**

Apesar das comparações com Espanha mais ou menos favoráveis, Bell (1912, p. 20) e Wood (1913) consideram que **Portugal possuía melhores condições para a viagem do que Espanha**, com uma “regulamentação menos inquisitória”, sendo o **número de comboios menor, mas mais cómodos e rápidos**. Mais tarde, um guia espanhol e outro americano (Crockett & Crockett, 1930; López, 1924) vão considerar que as condições das **linhas portuguesas eram semelhantes às dos restantes países europeus**, recomendando ao viajante a compra do “Guia oficial dos Caminho de Ferro” (López, 1924). Todavia, o **cenário das estradas portuguesas era diferente**. Na década de 1930, as “caleidoscópicas mudanças políticas” (Crockett & Crockett, 1930, p. XXV) contribuíram para a sua degradação. Os mesmos autores dão ainda conta de que a bicicleta, como meio de deslocação, nunca foi adotada nos países ibéricos ao contrário dos países do norte da Europa pelas fracas condições que lhe eram oferecidas nas estradas e devido à **inexistências de ciclovias**.

No final do século, a **dimensão da rede de caminhos de ferro portugueses viria a surpreender** Beresky (1991, p. 36) que a considerara “**surpreendentemente extensa para um país pequeno**”, apesar da linha **Lisboa-Porto ser lenta, antiquada e com poucos comboios**, não deixando de ser curioso que a edição para o ano de 1986 do mesmo guia, considere que o “**sistema ferroviário não é muito extenso**” e que “melhorou substancialmente” (Moore, 1985, p. 29) nos últimos anos. De forma semelhante e no mesmo ano de Beresky (1991), Cal (1991) vai também apresentar os comboios como **velhos, lentos e barulhentos**, apesar de existirem novos comboios expresso para Braga, Porto, Lisboa e Algarve. Acerca dos preços praticados, Anderson *et al.* (1993) consideram que os comboios e os autocarros eram ainda uma “**pechincha**”. No caso dos comboios, quando comparados com os autocarros, estes proporcionavam “rotas mais pitorescas” (Evans, 1990, p. 12; Evans & Robinson, 1998, p. 6). Symington (1999, p. 442) fala apenas num transporte de custos acessíveis, mas no qual a qualidade “pode variar consideravelmente”, algo que em 1962 já era dado a conhecer quando o guia das Forças Armadas Americanas faz referência à existência de comboios modernos e rápidos, coexistindo com comboios velhos. Por seu lado, Evans (1990) considera o sistema de

Década	Perceções sobre o desenvolvimento do país
1900	Comboios mais rápidos e cómodos do que em Espanha
	Comboios em menor número do que Espanha
	Regulação menos inquisitória do que em Espanha
1910	Uma viagem ficaria mais dispendiosa em Espanha e Portugal do que noutros países europeus
	Excelentes hotéis e hospedarias, exceto nas pequenas localidades onde eram primitivos e com condições sanitárias atrozes
	Hotelaria com limpeza acima da média e preço abaixo da média
	Ignorância existente fora, mas também, nas grandes cidades e na agricultura
1920	Mau alojamento nas aldeias e não era recomendável comer nesses locais
	Excelentes estradas
	Apesar de terem melhorado, apenas os alojamentos em Lisboa, Coimbra e Bussaco ofereciam conforto
1930	Estradas degradadas
1940	País rural que recorre a métodos ultrapassados na agricultura
1960	País maioritariamente agrícola
1970	Vigorosa política de desenvolvimento económico
	Azeite quase sem sabor e aroma
1980	Hotelaria com padrões de conforto, eficiência e limpeza elevados
	Custos acessíveis
	Rodovia fora dos padrões europeus e com piso tendencialmente fraco
	Roupas ocidentais
	Cozinha saborosa, saudável e surpreendente
	Transportes públicos menos sofisticados em Lisboa do que noutras capitais
1990	Rede ferroviária de grandes dimensões
	Linha Porto-Lisboa lenta, antiquada e com poucos comboios
	Comboios e autocarros com baixo custo
	Estradas melhoradas
	Peixe ainda transportado por burros
	País em modernização
	Preços menos surpreendentes
	País pouco menos liberal do que Espanha
	Restaurantes de baixo custo
	Transporte arcaico para zonas remotas
Nível de criminalidade baixo, mas crescente	

Tabela 26 O desenvolvimento do país de acordo com autores estrangeiros

transportes apenas aceitável, ainda que acessível em termos monetários, e, na quarta edição do mesmo guia, acrescentaria uma nota à redução da rede de caminhos de ferro na década de 1990 (Evans & Robinson, 1998), algo que não estava presente na edição de 1990. Em compensação, nesta segunda metade do século XX, Portugal possuía uma boa companhia aérea, bons táxis (AF, 1962) e uns **notáveis serviços aéreos internos**, tendo em conta a dimensão do país (Moore, 1985). Ainda assim a forma mais indicada para conhecer o país seria o automóvel, já que, apesar dos comboios serem bons e os autocarros adequados, não dariam ao turista a liberdade de “ir além da próxima encosta...e da próxima, e da próxima”, num país “maravilhosamente sedutor” (Hill et al., 1993, p. 87).

- **Excelentes alojamentos, porém...**

Já no que diz respeito ao alojamento, Bell (1912) descreve-o como excelente, ainda que os **hotéis e hospedarias das pequenas cidades fossem primitivos e com camas duras**, mas ainda assim limpos, recorrendo como exemplo ao caso de Braga, onde **as camas eram feitas em blocos de granito**. Para auxiliar o turista a distinguir os diferentes tipos de alojamento existentes em Portugal, o autor descreve-os da seguinte forma:

“The inns are of many kinds, taberna, venda, estalagem, hospedaria. The estalagem (corresponding to the Spanish posada) often has a shop or venda opening at the back into the kitchen, and a court where the carreiros put up their carts and mules and donkeys. (...) But most villages have a hospedaria (the Spanish casa de huéspedes), a little difficult to find since they have no sign-board, in order to avoid paying the hospedaria tax. The hospedaria generally has one or more permanent guests, paying about fifteen milreis a month, the village notary (notario or tabelliao) or perhaps an officer quartered in the village.” (Bell, 1912, p. 21)

Wood (1913, p. 33) apresenta uma perspetiva semelhante sobre a hotelaria portuguesa, ao considerar que os hotéis tinham uma “**limpeza acima da média e um preço abaixo da média**”. No mesmo ano, Baedeker (1913) reconhece que **Espanha e Portugal se encontravam abaixo dos padrões existentes nos países mais avançados**, no entanto registavam-se melhorias nos últimos anos. No que diz respeito aos alojamentos das pequenas cidades, mais um vez Wood (1913, p. 34) está em consonância com Bell (1912), ao considerar que as **condições sanitárias são por vezes atrozes e os colchões com “algo**

pior do que palha”, não obstante **“o sorriso dos anfitriões e a abundância de comida”**. As avaliações positivas de Wood (1913) e Bell (1912) coincidem temporalmente com a nomeação de um inspetor para verificar as necessidades de melhoria nos alojamentos. Uma década mais tarde, as afirmações de López (1924) viriam a confirmar as de Wood (1913) e Bell (1912), reconhecendo que **nas aldeias o alojamento era mau e recomendando até ao turista para não comer nesses locais**. De qualquer forma, em 1929, Muirhead (1929) considera que este trabalho de inspeção desenvolvido pela Sociedade de Propaganda de Portugal (SPP) permitiu ao país melhorar muito os alojamentos existentes, especialmente no que diz respeito à limpeza e às condições sanitárias, porém de um modo geral, as condições de conforto material ainda não eram altas, com Lisboa, Coimbra e Bussaco a manterem-se, tal como no século XIX, como as referências da hotelaria no país. Muirhead (1929, p. 190) fala também de pequenas cidades no norte onde tinha sido feito um esforço para acompanhar os *standards* modernos da hotelaria. Contudo, à semelhança do que havia sido afirmado por Bell (1912), a mobília era **“normalmente desconfortável”**. Mais tarde, em 1969, Sarah Bradford (1969, p. 9) irá, de forma sucinta, considerar o alojamento em Portugal como **“variado e razoável”**, em especial em Lisboa e Algarve.

Perto do final do século a hotelaria portuguesa já era descrita como tendo **padrões de “conforto, eficiência e limpeza”** (Robertson, 1988, p. 87) elevados, “bem equipado [...] para oferecer qualquer tipo de alojamento [...], desde luxuosos a muito económicos” (Dixon, 1984, p. 16), não sendo difícil encontrar disponibilidade ao longo de todo o ano (Ellingham et al., 1988). Em 1930, as palavras de Crockett & Crockett (1930) corroboram as afirmações de Muirhead (1929) quanto à hotelaria “tolerável” fora dos centros turísticos e, ao mesmo tempo, confirma também as afirmações com mais de trinta anos de Baedeker (1898), quando este havia considerado que os hotéis de primeira classe se encontravam apenas em Lisboa, Monte Estoril, Coimbra, Bussaco e Porto. Porém, em 1988, surge um alerta para a realidade de alguns alojamentos. O *“The Rough Guide to Portugal”* dá a conhecer “a maior burla no país – provavelmente na Europa” (Ellingham et al., 1988, p. 15) que rodeava a venda de *time-share*. Todavia, Portugal era ainda o país **dos parques de campismo “extraordinariamente baratos”**, sendo a maior parte deles “pequenos, despretensiosos e com localizações atrativas” (Ellingham et al., 1989, p. 15).

- **A cortesia, a ignorância e a economia “quase bíblica”**

O leitor é advertido por Bell (1912) para a existência de muitos **portugueses ignorantes** nos locais menos frequentados, mas também nas grandes cidades, mas que seria suplantada pela **boa vontade e cortesia**. Esta ignorância estender-se-ia de acordo com Bell (1912), à agricultura. De resto quando se refere a **Trás-os-Montes**, descreve a região como uma área da qual “**se sabe pouco e onde os homens pouco sabem**” (Bell, 1912, p. 185). Todavia, para Wood (1913) as bibliotecas públicas são apontadas como outra das vantagens de Portugal, já que era possível na Biblioteca Nacional de Lisboa obter um livro rapidamente.

Portugal is still, thank goodness, mainly an agricultural country. (Bridge & Lowndes, 1949, p. 22)

Na década de 1940, Bridge & Lowndes (1949, p. 27) congratulavam-se com a **ruralidade do país**, onde três quartos da população se ocupava com trabalhos agrícolas, descrevendo o processo de produção da cortiça, do azeite e dos cereais, numa **economia “quase bíblica”**, recorrendo a métodos descritos no Antigo e no Novo Testamento, mas ainda assim, a **economia** portuguesa seria, na opinião das autoras, **extremamente próspera e produtiva**. Cerca de vinte anos depois, Portugal volta a ser descrito como um país “**maioritariamente agrícola**” (AF, 1962), porém com novos investimentos na indústria. Esta nova realidade irá refletir-se na edição de 1970 do guia Michelin para Portugal e Madeira, relatando uma “**vigorosa política de desenvolvimento económico**” (Michelin, 1970, p. 14) nos trinta anos anteriores, ou seja, coincidindo com o período do relato de Bridge & Lowndes (1949). Os guias verdes Michelin são, apesar de tudo, espelho do desenvolvimento pelo qual o país passou. Na edição de 1997 o guia relembra que, no início da década de 1970, era **ainda comum ver mulheres vestidas completamente de negro** a transportar jarros à cabeça, contudo Portugal tornou-se entretanto membro da União Europeia, as **estradas foram melhoradas** e os emigrantes regressaram às origens com **novos costumes**, mas nem todos os aspetos tradicionais desapareceram (Michelin, 1997). Os novos costumes trazidos pelos emigrantes é um aspeto referido em vários guias, nomeadamente no que diz respeito à arquitetura, com Evans (1990, p. 25) e Evans &

Robinson (1998, p. 47) a darem a conhecer ao leitor que, caso visitasse as localidades no norte do país, iria avistar “**casas com berrantes incongruências**”.

O guia “*Frommer’s*” fala também da forma como as redes de pesca eram reparadas e o peixe transportado por burros, o que, para Arthur Frommer (impulsionador dos guias “*Frommer’s*”), se assemelhava a algo de 1894 e não de 1994. Para Frommer, este tipo de cenário não tinha qualquer semelhança com o que se passava na restante Europa, exceto na Grécia e Turquia, resultando num dos países “**menos prósperos da Europa**” e num “**trágico subdesenvolvimento**” (Porter, 1994, p. viii). A presença dos animais no quotidiano dos portugueses é também apontada por outros autores. Dixon (1984, p. 6) anota que seria ainda comum observar em Portugal um “**homem e uma mula a cultivar os poucos hectares da família, enquanto a mulher cuida das galinhas e porcos**”. Em todo o caso, Frommer reconhece que o país se estava a modernizar, correndo o risco de perder a breve prazo o seu “**charme rural**” (Porter, 1994, p. viii). Ainda assim, cerca de meia década antes, Portugal era ainda apresentado como um país “**predominantemente rural**” (Ellingham et al., 1988, p. 8) e **tradicional**.

- **O destino acessível em termos monetários, não tanto em termos de mobilidade**

As opiniões sobre os custos envolvidos na deslocação a Portugal vão variando. De uma forma geral, os autores dão a conhecer um **destino acessível**, contudo a partir da década de 1980 surgem também testemunhos da subida dos preços. No final da década de 1960, Portugal era um país onde “comer fora [...] era ainda **surpreendentemente barato**” (Bradford, 1969, p. 10), mesmo num restaurante de luxo.

Para o turista americano da década de 1980, a Península Ibérica tratava-se de um destino apetecível pelo valor do dólar, que iria proporcionar uma “**despesa moderada**” em dois países cujas capitais não eram afetadas pela “vida artificial visível em vários *playgrounds* da costa” (Brooks & Brooks, 1985, p. viii). Os custos da viagem em Portugal voltam a ser reforçados no interior da obra de Brooks & Brooks (1985, p. 254), com a primeira frase sobre o país a ser “a boa notícia é que **Portugal é uma pechincha, o mais barato da Europa depois da Turquia**”. Os autores dão destaque aos valores acessíveis do alojamento, restauração, transportes, dos artigos de luxo, da cultura e até de um corte de cabelo. Poucos anos depois, Portugal era ainda considerado uma das “**melhores**

pechinchas da Europa” (AFIS, 1988, p. 63), uma **combinação de pessoas amigáveis e boa comida e vinhos** (AFIS, 1988). Todavia, na década de 1990, Beresky (1991) e Anderson *et al.* (1993, p. 4) admitem que **Portugal já não era um país com preços “surpreendentemente” baixos** como na década anterior e que os mesmos estavam a subir rapidamente pela entrada na CEE e pela valorização do Escudo face ao Dólar e à Libra. Contudo Hobbs & Adzigian (1994) e Steves (1998) consideram que **Portugal continua a ser uma “genuína pechincha”** entre os países europeus, nomeadamente em relação a Espanha, cujos “dias verdadeiramente baratos [...] já eram” (Hobbs & Adzigian, 1994, p. 14). Ainda assim, neste período posterior à adesão à CEE, autores admitem que apenas “existiria uma mão cheia de restaurantes passíveis de causar uma crise no cartão de crédito” (Ellingham *et al.*, 1989, p. 16).

Is it still possible to travel about Portugal inexpensively? Absolutely. Here's how: First, travel off-season. Portugal can be lovely in late February and early March, particularly in the Alentejo and Algarve. And — make a note — summer is the low season in Madeira. Second, opt for a four-star big-city hotel instead of a five [...]. (Anderson *et al.*, 1993, p. 4)

Brooks & Brooks (1985, p. 261) fazem uma crítica ao país ao considerar que **“Portugal não está preparado para pessoas que não consigam andar ou subir com facilidade”**, pela orografia das cidades, pela falta de preparação dos restaurantes e hotéis e pelo piso das ruas, numa época em que a acessibilidade a pessoas com deficiência “variava muito entre os países europeus” (Tromanhouse & Schwarz, 1991, p. 26) e se desenvolvia de forma lenta em Portugal e Espanha (Birnbaum & Birnbaum, 1989). Apesar de Bradford (1969) considerar que as principais **vias rápidas do país eram boas e estariam em contínua melhoria**, em 1985 a rodovia portuguesa ainda não se encontrava dentro dos padrões que num futuro próximo viria a ter, levando o guia a advertir o leitor para as estradas com uma faixa em cada sentido onde a condução pode ser **“frustrante com muito trânsito”**, conduzindo “atrás de uma camião lento «vomitando» fumo” (Brooks & Brooks, 1985, p. 271), bem como o **piso que era “frequentemente muito fraco”** (Crawshaw, 1986, p. 16). Por este motivo, e como as **“autoestradas eram escassas”** na década de 1980, Susan Lowndes (1982, p. 5) recomenda aos condutores para conhecerem os arredores dos locais por onde passam. Em 1991 também Beresky (1991) adverte para as **fracas estradas secundárias** existentes, apesar do baixo nível de tráfego em grande parte do país, ainda

que Evans (1990) e mais tarde Evans & Robinson (1998) afirmassem que existiam **excelentes estradas secundárias e outras cheias de buracos**, tornando impossível antecipar a duração da viagem, apesar do baixo tráfego existente no país, contrariando a versão de Brooks & Brooks (1985). Já Hills *et al.* (1993, p. 87) defende que as estradas eram frequentemente fracas e com falta de manutenção nas montanhas do centro e norte, num país onde existiam “surpreendentemente poucas estradas”. Anderson *et al.* (1993, pp. 27–28) acrescentam ainda que, pelo facto de as casas e lojas estarem abertas diretamente para as estradas sem qualquer passeio, “gatos, cães, galinhas e especialmente crianças irrompem para a estrada sem olhar”, parecendo não ter medo dos automóveis. Pior ainda, Anderson *et al.* (1993) dão conta de que **poucas estradas secundárias são iluminadas à noite**, com as carroças de burros, bicicletas e até carros sem iluminação ou refletores, tornando arriscada a condução depois do pôr do sol. A estes fatores, alguns autores dão a conhecer a “**notória imprudência**” (Fodor & Curtis, 1991, p. 39; Moore, 1985, p. 32) **do condutor português**, tornando a **condução no país “extremamente arriscada”** (Moore, 1985, p. 45), **no país com a mais alta taxa de acidentes per capita da Europa ocidental** (Colbert, 1995; Eisenberg, 1993; Ellingham *et al.*, 1988, 1989, 1995; Evans, 1990; Evans & Robinson, 1998; Hill *et al.*, 1993) não sendo, portanto, o método de deslocação ideal para pessoas com “problemas cardíacos” (Eisenberg, 1993, p. 454; Tromanhouse & Schwarz, 1991, p. 381). Como tal, Ellingham, *et al.* (1988) **recomenda o uso de estradas secundárias**. Este era, de resto, o país onde, fora das artérias principais, **as estradas são apresentadas como estreitas, sinuosas e, em muitos casos, num estado deplorável** (Colbert, 1995) e onde “**poucos pensariam duas vezes antes de beber e conduzir**” (Evans, 1990, p. 14; Evans & Robinson, 1998, p. 8), com Symington a alertar o turista de que poderia assistir ao “que considerarão **práticas de condução inaceitáveis**” (Symington, 1994, p. 117). Cal (1991, p. 35) resume a aptidão portuguesa em poucas palavras, ao afirmar que os “**condutores são piores dos que as estradas**”, misturando a propensão para a velocidade com fracos reflexos. Contrariando o que foi referido pela maioria dos autores, Dennis-Jones (1981, p. 23) afirma que **conduzir em Portugal era “agradável”**, admitindo, no entanto, que os condutores portugueses eram **descuidados, mas não agressivos**, tornando a **condução “menos assustadora do que na maioria dos países”** (Dennis-Jones, 1981, p. 23). Curiosamente, é também na década de 1980 que Dixon apresenta a região das Montanhas, outrora separada do resto do país pela orografia, como a região cuja visita seria mais “**gratificante**” por via dos “**modernos meios de transporte**

e as boas estradas” (Dixon, 1984, p. 59). Na realidade, a “maioria das pessoas não se apercebe que **Portugal é extremamente montanhoso**” (Dennis-Jones, 1981, p. 42).

Curiosamente, mais de cinquenta anos antes, Portugal teria para os padrões da época, e de acordo com López (1924, p. 711), “**excelentes estradas e bons caminhos que conduzem a todos os sítios importantes do país**” fora da rede de caminhos de ferro. À entrada da década de 1990, Cal afirma que os 200 km de autoestrada entre Lisboa e o Porto deixariam o turista a meio do caminho e entregue a uma estrada estreita e cheia de camiões, no entanto, assistia-se à época a uma **melhoria rápida da rede de estradas**, “mas ainda existia um longo caminho” (Evans, 1990, p. 14; Evans & Robinson, 1998, p. 8) pela frente.

However bad the roads are, Portuguese drivers are worse. (Evans, 1990, p. 14; Evans & Robinson, 1998, p. 8)

O subdesenvolvimento do país espelha-se também nas acessibilidades para pessoas com algum tipo de limitação, advertindo o turista que não deveria ter “grandes expectativas” (Ellingham et al., 1995, p. VI) quanto a equipamentos preparados para este tipo de turista.

- **A mudança no pós-adesão à CEE**

Na década de 1980, o país estava a mudar e Brooks & Brooks (1985) admitem-no, verificando-se, no pós-adesão à CEE, um alto nível de inflação e que, em 1988, era ainda provável que continuasse a crescer (Ellingham et al., 1988). Todavia, com a desvalorização do escudo, seria pouco provável que o turista se apercebesse da inflação, tornando Portugal “**um país mais barato para visitar do que Espanha**” (Ellingham et al., 1988, p. 6).

Depois de décadas de opressão política, o país estava a “acordar”, recorrendo ao exemplo das **mulheres que trabalhavam nos campos do Alentejo com bonés masculinos** ou as **lojistas do Porto vestidas com jeans**, num “uniforme familiar em todo o mundo” (Brooks & Brooks, 1985, p. 358), à semelhança do que diz um guia das Forças Armadas Americanas, ao dar a conhecer ao turista que irá encontrar “**uma geração mais jovem vestida com jeans e camisolas ao estilo ocidental**” (AFIS, 1988, p. 22), prevendo algum desfazimento das expectativas do turista americano em relação à realidade portuguesa. Apesar das mudanças neste período, a **família continua a ser o “centro da**

vida portuguesa” (AFIS, 1988, p. 23), não sendo raro encontrar várias gerações a habitar debaixo do mesmo teto (Hill et al., 1993). Ainda assim, as **Beiras, Trás-os-Montes e o Alentejo**, constituíam ainda uma área “**visivelmente subdesenvolvida**”, o “**terceiro mundo da Europa**” (Ellingham et al., 1989, p. I).

Os autores demonstram alguma surpresa por ainda se ouvir fado e música folclórica, mas o mais provável seria ouvir “algumas variações de *soft rock*, saído de uma cassete ou rádio ou coluna no átrio de um hotel” (Brooks & Brooks, 1985, p. 359). O fado, “**canção triste, melancólica**” (Clark, 1962, p. 72), “monótona” (Michelin, 1970, p. 29, 1985, p. 30), é descrito como parte do estilo de vida português, em especial em Lisboa. Na edição de 1997 o guia Michelin opta por uma abordagem menos opinativa sobre o fado, referindo-se apenas à história, aos elementos que o compõem e aos locais onde poderia ser ouvido.

Imagine na Afghani humming along to Billy Holliday record and you're half-way to grasping the spirit of fado, the weirdest, most melancholic music in Europe. (Ellingham et al., 1988, p. 44)

Dixon (1984) avança uma possível origem para o fado. Segundo o autor, o fado terá origem no “Congo, chegando a Portugal por via de escravos africanos no Brasil” (Dixon, 1984, p. 21). Contrariando esta teoria, Dennis-Jones (1981, p. 30) defende que “ninguém sabe a origem do fado”, mas que tudo indica terá surgido em Portugal no final do século XVIII.

Mais tarde, à entrada da década de 1990, Portugal era considerado um país com uma “**atitude relaxada perante a homossexualidade**”, sendo no entanto, um “**pouco menos liberal**” (Tromanhaue & Schwarz, 1991, p. 26) **do que Espanha**. Na mesma década, apesar de considerar que os visitantes seriam bem recebidos, Symington (1999) alerta que o turismo em Portugal estava menos desenvolvido do que no país vizinho. Aliás, o mesmo autor anos antes afirmara que Portugal “permanecia um **país por descobrir na Europa Ocidental**” (Symington, 1994, p. 4). Acerca dos preços, estes estavam a subir (Symington, 1994) e **Lisboa** era, apesar de tudo, **uma das capitais mais baratas da Europa** no que diz respeito aos restaurantes, apesar de Wilkinson & King (1999, p. 104) considerarem a **cozinha portuguesa pouco refinada e as sobremesas nos restaurantes “surpreendentemente uma desilusão**”, ou por outras palavras, numa “variedade muito limitada” (Symington, 1994, p. 98). Recorrendo a outras palavras, Symington (1994, p. 7)

faz uma referência semelhante à de Wilkinson & King (1999) ao afirmar que a cozinha é uma verdadeira “**antítese da *nouvelle cuisine***”, aliás já na década de 1960 a cozinha portuguesa era apresentada como tendo “**falta de sofisticação**” (Bradford, 1969, p. 38), mas compensada pela sua simplicidade. Esta era também uma década em que os **hotéis portugueses eram considerados “caros”** (Colbert, 1995, p. 492), principalmente tendo em conta o que na realidade valiam (Tromanhouse & Schwarz, 1991), com os autores a sugerir como alternativa as pensões e residenciais, num período em que os preços em Portugal convergiam com a restante Europa (Evans, 1990).

Apesar dos relatos que dão conta do desenvolvimento sofrido pelo país depois da adesão à então CEE, Cal (1991, p. 7) dá a conhecer aos leitores o grande contraste ainda existente entre o litoral e o interior do país, a **convivência lado a lado entre os cidadãos extremamente ricos com extremamente pobres**, entre as cidades modernas e medievais onde “parece persistir uma fabulosa máquina do tempo”. A mesma autora dá ainda a conhecer o atraso de algumas zonas no norte do país que, apesar da grande densidade industrial, era ainda mais atrasado do que o sul, tendo até recentemente algumas localidades em áreas montanhosas sem acessos rodoviários, eletricidade ou água corrente, realidade que ainda persistia em algumas localidades, afinal de contas **Portugal era “ainda o país mais pobre da Europa”**. As assimetrias de desenvolvimento do território português é, neste período, apontado como uma realidade persistente, com o **Alentejo, a região das montanhas das Beiras e Trás-os-Montes, a serem dados como exemplo das desigualdades, num “visível subdesenvolvimento”** (Ellingham et al., 1995, p. VI) ainda que, e como referem outros autores, o turismo e a adesão à então CEE, tenham mudado muitas das regiões do país.

Apesar dos desenvolvimentos materiais e sociais atingidos pela sociedade portuguesa no período posterior à Revolução e à adesão à CEE, Cal (1991, p. 28) testemunha ainda algumas desigualdades de género, relatando que não era raro observar-se “**mulheres a carregar enormes quantidades à cabeça, enquanto os homens caminham ao lado sem nada ou num burro com a mulher a caminhar atrás**”. Recorrendo a termos diferentes, Ellingham (1988, p. 21) dá conta de uma **capital** da qual é “**fácil gostar**” e que, em alguns aspetos, é “**curiosamente provincial**”.

- **A “saborosa, saudável e, por vezes, surpreendente cozinha” portuguesa**

There’s no doubt that eating and drinking get serious attention here. But traditional Portuguese cuisine is far from fancy: it’s basically the honest fare of farmers and fisherfolk. (Wilkinson & King, 1999, p. 101)

A **gastronomia portuguesa** resulta, na opinião de Birnbaum & Birnbaum (1989, p. 237), numa **“saborosa, saudável e, por vezes, surpreendente cozinha”**, tornando um jantar numa **“prazerosa experiência e numa aventura”**. A característica “saudável” da gastronomia portuguesa é novamente sublinhada por Hill, *et al.* (1993) e Jepson (1998) dez anos depois. Afinal de contas, a gastronomia portuguesa recorria a **“ingredientes frescos, não importados ou congelados”** (Dennis-Jones, 1981, p. 38), uma vez que apareciam à mesa na sua época de produção.

A cozinha portuguesa é também vista como **“boa e fenomenalmente ampla”** (Clark, 1962, p. 67), com **“padrões elevados”** (AF, 1962, p. 47), **“abundante, saudável e saborosa”** (Michelin, 1970, p. 16), caseira, com porções grandes e baixo preço (Dennis-Jones, 1981; Hobbs & Adzigan, 1994; Page, 1998), **“habitualmente excelente”** (Ellingham *et al.*, 1988, p. 7) **“excelente, barata e servida em quantidade”** (Ellingham *et al.*, 1988, p. 10, 1989, p. 16, 1995, p. 25) ou ainda **“simples e fresca”** (Hill *et al.*, 1993, p. 303). Todavia, no que diz respeito à **carne, esta “fica confinada a assados e grelhados desinteressantes”** (Jepson, 1998, p. 139), apesar de Tromanhouse & Schwarz (1991) e Evans (1990) considerarem Portugal um **paraíso para um adepto da carne de porco**, especialmente no Alentejo, sendo esta carne, segundo Page (1998, p. 63), a “favorita” no país. Precisamente no mesmo sentido, Dennis-Jones (1981, p. 39) defendem que, **à exceção da carne de “porco e do cabrito assado”, a carne portuguesa não seria excepcional**, assim como Symington (1994) observa que os **pratos de carne não são tão imaginativos quanto os de peixe**, indo ao encontro do que havia sido defendido por Cal (1991) ao afirmar que os **portugueses preparam melhor o peixe do que a carne**. Hobbs & Adzigan (1994, p. 602) vão mais longe, ao considerarem que os **“amantes do pão sentir-se-ão no céu”** nos restaurantes portugueses, ainda para mais quando **“estranhamente, os preços não diferem muito entre os restaurantes da moda e os económicos”** (Colbert, 1995, p. 493). Os comentários sobre a padaria portuguesa conduzem aos comentários à pastelaria

nacional. Neste ponto, Ellingham *et al.* (1989, p. 17) consideram a **pastelaria portuguesa um “assunto sério” e que “não desapontará os entusiastas”**.

Portuguese rely on hearty basics: no complicated sauces, but broad flavors and lots of garlic, olive oil and salt. Canned and frozen foods are almost unknown, or if known, scorned. Portions are more than filling, and you'll have to work hard to clean your plate in most cases. (Hill et al., 1993, p. 303)

Todos estes adjetivos são fruto, segundo Moore (1985), da capacidade portuguesa para dar destaque à beleza das coisas simples do quotidiano. Colbert (1995, p. 492) acrescenta ainda que, em termos aromáticos, a cozinha portuguesa, de uma forma geral, é **“pesada em ervas e leve em especiarias”** (Colbert, 1995, p. 492), opinião semelhante à de Evans (1990, p. 19) e mais tarde Evans & Robinson (1998, p. 14) que a consideram **“simples e pesada”** e, surpreendentemente, com **“pouco recurso a especiarias”**, defendendo também que os pratos regionais seriam o mais próximo do que é cozinhado pelos portugueses no dia-a-dia. A ideia de que a gastronomia portuguesa é, de facto, uma das características mais presentes na sua descrição, com Symington (1994) a ir mais longe e a informar o turista de que irá ficar enfiado e que deverá levar o aviso a sério.

A pleasant aspect of dining in Portugal is that the law requires eating establishments to serve a good grade of table wine free with all lunches and dinners. This wine is known as «vinho da casa» (wine of the house). Of course you will be charge for any other wines you order. (AF, 1962, p. 49)

Tal como AF (1962), Bradford (1969, p. 40) faz referência ao **vinho da casa**, descrevendo-o de forma semelhante, ao afirmar que é **“normalmente bom e custa praticamente nada”**.

Se já no século XIX, John Neal considerara o **azeite** português como “execrável”, volvido quase um século, a opinião espelhada em alguns guias não é a melhor, com o guia verde Michelin a considerá-lo **“quase sem sabor e aroma”** (Michelin, 1970, p. 16, 1985, p. 16), o qual pela cor escura seria difícil de distinguir do vinagre. Esta afirmação viria, no entanto, a desaparecer nas edições da década de 1990.

The smell of grilled sardines [...] might almost be called the national perfume [...].
(Jepson, 1998, p. 138)

Neste período o **bacalhau** continua a marcar a descrição da gastronomia portuguesa, sendo este considerado “**metade da dieta portuguesa**” (Dixon, 1984, p. 17).

O facto de a gastronomia ser ou não saudável divide os autores. Alguns defendem que a gastronomia portuguesa é saudável por ser simples e recorrer a produtos naturais, frescos e em bruto, enquanto outros acusam-na de ser pesada e gordurosa. Ainda assim, a simplicidade da gastronomia é uma característica presente em grande parte dos guias, independentemente da opinião dos autores sobre o facto de ser saudável ou não. Por fim, e em contraste com Espanha, Ellingham (1988, p. 10) afirma que não será necessário ficar em pé para obter uma refeição acessível, certo é que a melhor “comida portuguesa” (Dixon, 1984, p. 17) se encontrava nos restaurantes e não nos hotéis.

So if you want to try typical Portuguese food, you need to go where the Portuguese themselves go – to a restaurant. (Dixon, 1984, p. 17)

Por fim, as **sopas** portuguesas são também alvo de reparos por parte dos autores dos guias. Dennis-Jones (1981) consideram as sopas portuguesas “**variadas e incomuns**”, estando “**por todo o lado e sendo verdadeiramente baratas**” (Ellingham et al., 1989, p. 16).

- **A presença persistente do subdesenvolvimento e a simultânea mutação**

No início do século XX, Baedeker (1913, p. 488) faz referência às **idades** “**excessivamente ruidosas**” pela seu pavimento em paralelos e aos inúmeros vendedores ambulantes. Quase no final do século e durante a apresentação do país aos leitores, Dixon (1984, p. 6) virá a escrever que o turista terá a oportunidade de ver “ruas em paralelo e quilómetros de estradas em calçada, onde cada paralelo foi meticulosamente colocado à mão”. O autor faz ainda referência à **sujidade existente no rio Tejo**, contrastando com a descrição efetuada quinze anos antes pela primeira edição do guia, onde Lisboa era considerada uma das cidades mais limpas da europa.

Apesar das evoluções registadas no país, os **transportes** para as zonas mais remotas eram ainda “**arcaicos**” com “carruagens da década de 1930” (Tromanhouse & Schwarz,

1991, p. 445) que, embora pitorescas, eram lentas e lotadas, sendo a **agricultura** nessas zonas “**desesperadamente ineficiente**” (Jepson, 1998, p. 13), apesar de o país ser ainda considerado “**grandemente agrícola**” (Moore, 1985, p. 51). Na capital os **transportes públicos** eram também considerados “**menos sofisticados**” do que noutras cidades, mas uma forma “rápida e barata de atravessar a cidade” (Crawshaw, 1986, p. 190). Lisboa era precisamente uma capital da qual, segundo Ellingham (1989), era fácil gostar pelo seu ar provincial e onde circulavam elétricos com carruagem em madeira anteriores à primeira guerra mundial.

Neste período o **Algarve** deixara de ser uma zona remota e desinteressante relatada por Neale (1855), para se transformar num destino de excelência, a “**Riviera Portuguesa**” (Anderson et al., 1993, p. 10), conhecendo um “**tremendo desenvolvimento**” (Dixon, 1984, p. 16) na década de 1980 no que diz respeito ao desenvolvimento de apartamentos para turistas, ainda que pelo caminho a “**construção selvagem tenha resultado na destruição de zonas agrícolas e localidades rurais de pescadores**” (Tromanhouse & Schwarz, 1991, p. 470).

No que diz respeito às acessibilidades rodoviárias, no final do primeiro terço do século XX, as estradas ainda não tinham recuperado do período turbulento do pós implantação da república e da desorganização do período da I Guerra Mundial, levando a que Muirhead (1929) considere que o desenvolvimento do automobilismo em Portugal ainda se encontrava na sua infância.

The new «democratized» generation, now integrated with modern Europe, has already done much to bring about a revival of interest and travelers will still find much in this very beautiful and individual country [...](Robertson, 1988, p. 5)

No último quarto do século XX Portugal era um país em mutação (bem visível na tabela 27), realidade que se fazia refletir nos guias depois de décadas em que “vários fatores afetaram a acessibilidade” (Robertson, 1988, p. 5) ao país e que faziam de Portugal no final do período em estudo “**um canto da Europa pouco explorado**” (Wilkinson & King, 1999, p. 14). Apesar de todas as evoluções desenvolvidas em Portugal, Wilkinson & King (1999, p. 14) consideram que encontrar informação fiável era difícil e a **informação oficial** “**irremediavelmente ineficiente**”, por outro lado, o país já possuía bons transportes e alojamentos e a um preço razoável.

Despite the official reversal of many traditional attitudes towards women after the 1974 revolution, Portugal remains, at least on the face of it, a man's world. (Wilkinson & King, 1999, p. 86)

No que diz respeito ao alojamento, ainda existiam algumas reticências, já que a classificação do mesmo deveria ser encarado com cautela pela divisão “confusa” (Jepson, 1998, p. 238) em diferentes categorias de alojamento, no entanto seria para Evans (1990) pouco provável que o turista tivesse razões para reclamar, já que a maioria destes alojamentos seria razoável.

Na primeira metade da década de 1980, Dixon (1984, p. 6) ainda vê Portugal como um destino onde seria possível encontrar algum **comércio “fascinante” e “à moda antiga”**.

Cal (1991) dá a conhecer ao turista que o **crime estaria a crescer de forma alarmante** desde a Revolução, com o tráfico de droga e a prostituição a serem alimentados por uma alta taxa de desemprego. De forma semelhante Wilkinson & King (1999, p. 131), apresentam Portugal como um país cujo nível de criminalidade é baixo, mas crescente e onde **conduzir pode ser “aterrador”**, já que os **portugueses são “loucos ao volante”, “imprudentes”** (Symington, 1999, p. 444) e como “imortais” (Hill et al., 1993, p. 63), muito porque só recentemente é que a maioria dos portugueses começara a conduzir (Anderson et al., 1993), em **estradas que se encontravam numa “notória melhoria”** (Jepson, 1998, p. 242), mas ainda existia muito para fazer. Ainda assim, o turista estaria **“mais seguro nas ruas das cidades de Portugal do que na maioria dos outros países”** (Cal, 1991, p. 29) por este ser **“notavelmente livre de crime”** (Ellingham et al., 1988, p. 16, 1989, p. 22).

Apesar de tudo, alguns anos antes, Beresky (1991) considerara Portugal como um país com uma **forte autenticidade**, com o folclore e as tradições a serem cuidadosamente preservadas, “especialmente nas zonas rurais” (Ellingham et al., 1989, p. 21).

As mutações socioeconómicas ocorridas nos anos que se seguiram à adesão à CEE tornaram, na opinião de Anderson *et al.* (1993), a visita a Portugal urgente para quem buscava um país pitoresco, já que os tratores estavam a substituir os carros de bois, as oliveiras a serem cortadas para dar lugar a outras culturas e os camiões vindos de outros países a poluir um dos ares mais limpos da Europa. A teoria de Anderson *et al.* (1993) era confirmada anos antes por Dixon (1984) ao descrever a Costa Verde, região essa onde o **“trator ainda não depôs por completo o boi”** (Dixon, 1984, p. 26).

If you want to see the Portugal of picture postcards, the Portugal of old, you'll have to hurry. (Anderson et al., 1993, p. 7)

Ainda assim, Anderson *et al.* (1993, pp. 14–15) não deixam de considerar que **“quanto mais rural a província, mais provável é de ver oleiros [...], mulheres sentadas à porta a fazer renda ou bordados, homens a fazerem cestos de palha”**, num país onde apenas seis cidades tinham mais de 40 000 habitantes e onde a agricultura e indústria eram pequenas, guardando o “segredo do charme do país” (Dixon, 1984, p. 6) . Em contraste com a urgência na visita relatada por Anderson *et al.* (1993), Tim Jepson reconhece as melhorias existentes nos país depois da adesão à CEE/EU, porém defende que o **“charme permanece”** (Jepson, 1998, p. 8), com os *resorts* a serem ainda de “pequena escala e muito portugueses” (Ellingham et al., 1988, p. 3). Apesar das mudanças, acrescenta Jepson (1998, p. 11), **“as mulheres das áreas rurais ainda vestem de preto, os homens idosos ainda se juntam nas praças das vilas, mas nas cidades [...] e nas zonas balneares os jovens são indistinguíveis dos seus homólogos europeus”**. Nesta década era ainda possível, segundo Cal (1991), observar **bairros de lata sem água e saneamento**, assistindo-se também ao **aumento alarmante do *gap* entre pobre e ricos**.

Apesar dos recentes desenvolvimentos relatados pelos guias do final do século XX, há ainda relatos de **problemas de infraestruturas**, nomeadamente no que diz respeito a infraestruturas de comunicação, com Evans (1990, p. xiv) a apelidar o **sistema telefónico nacional de “diabólico”**, adjetivação que desaparece na quarta edição do guia, mantendo-se a descrição de um **sistema “antiquado”** (Evans, 1990, p. 7; Evans & Robinson, 1998, p. 21).

Tabela 27 O desenvolvimento civilizacional de acordo com os autores estrangeiros

Ano	1912	1913	1924	1930	1929	1949	1962		1969	1970	1982	1985	1986	1988
Autores	Bell	Wood	López	Crockett & Crockett	Muirhead	Bridge & Lowndes	Clark	AF	Bradford	Michelin	Lowndes	Brooks & Brooks	Crawshaw	Robertson
Condições de vida e transportes	Melhores condições para a viagem do que Espanha.		Condições das linhas portuguesas semelhantes às espanholas.					Comboios modernos e rápidos, mas também velhos. Boa companhia aérea e bons táxis,				País sem condições para pessoas com mobilidade reduzida.		Hotelaria com os padrões de conforto, eficiência e limpeza
			Excelentes estradas.						As principais vias rápidas em bom estado e em permanente melhoria. Estradas do sul como as melhores.		Autoestradas escassas.	Estradas ainda não estavam nos padrões europeus. Muito trânsito.	Piso frequentemente muito fraco. Transportes públicos pouco sofisticados	
			Bicicleta não era adotada como no norte da Europa pelas fracas estradas e inexistência de ciclovias.									Destino apetecível pela “despesa moderada”. Portugal como pechincha.		
		Uma viagem em Portugal e Espanha ficaria mais cara do que noutros países pelas pesadas taxas.												
Alojamentos	Alojamento excelente, mas primitivos nas pequenas cidades.	Limpeza acima da média e pouco abaixo da média. Condições atroz nas pequenas cidades.	Alojamento mau nas aldeias.			Hotelaria tolerável.			Alojamento variado e razoável.					
Educação	Ignorância suplantada pela boa vontade e cortesia.											Sinais de ocidentalização na forma de vestir.		

Agricultura						¾ da população ocupada pelos trabalhos agrícolas, numa economia “quase bíblica”		País maioritariamente e agrícola.		Vigorosa política de desenvolvimento económico.				
Gastronomia							Gastronomia boa e fenomenalmente ampla.	Cozinha de padrões elevados.	Ainda era surpreendentemente barato comer no país. Gastronomia com falta de sofisticação.	Cozinha abundante, saudável e saborosa. Azeite sem sabor.				
Ano	1988	1989		1990		1991			1993		1994		1988	
Autores	AFIS	Birnbaum & Birnbaum	Ellingham, et al.	Evans		Beresky	Tromanhaus e & Schwarz	Cal	Anderson <i>et al.</i>	Hill, <i>et al.</i>	Symington	Hobbs & Adzigian	Porter	Evans & Robinson
Transportes				Sistema de transportes aceitável. Aluguer de automóveis mais barato do que no resto da Europa.		Extensa rede de caminhos de ferro, mas uma linha Lisboa-Porto lenta, antiquada e com poucos comboios.	Transporte arcaico para zonas remotas com carruagens da década de 1930.	Comboios velhos, lentos e barulhentos.	Comboios e autocarros como uma pechincha.					Rede de caminhos de ferro reduzida de forma profunda.
Estradas				Estradas em melhoria rápida. Algumas estradas secundárias eram excelentes e outras cheias de buracos. Maus condutores. poucos pensariam duas vezes antes de beber e conduzir		Estradas secundárias fracas, apesar do baixo tráfego.		Até recentemente sem acessos rodoviários a algumas localidades nas montanhas do norte. Estradas estreitas e cheias de camiões. Apenas 200 km de autoestrada entre Lisboa e Porto. Condutores piores que as estradas.	Poucas estradas secundárias iluminadas.	Conduzem como se fossem imortais. Poucas estradas e frequentemente fracas.				

Custo de vida	Uma das melhores pechinchas da Europa.			Preços a convergir com a Europa	Já não tinha os preços surpreendentemente baixos da década anterior.		Gap entre pobres e ricos a aumentar de forma alarmante.		Ainda o país mais pobre da Europa.	Preços a subir.		Dias verdadeiramente baratos já eram.
Alojamentos				Maioria dos alojamentos como aceitáveis.								
Temperamento	Combinação de pessoas amigáveis e boa comida e vinhos. A família continua a o centro da vida portuguesa.	País com uma forte autenticidade.	Beiras, Trás-os-Montes e Alentejo como “terceiro mundo”				Zonas desenvolvidas em contraste com zonas subdesenvolvidas. Norte mais atrasado do que o sul.	País em mutação/modernização, tomando a visita urgente para os interessados no pitoresco.		País desconhecido.		O país estava a modernizar-se e em risco de perder o “charme rural”.
							Ainda visíveis algumas desigualdades entre homens e mulheres.					Peixe transportado em burros, assemelhando-se a 1894 e não a 1994.
Gastronomia		Cozinha saborosa, saudável e surpreendente		Cozinha simples e pesada.					Gastronomia simples, fresca e abundante. Grandes porções.	Cozinhas como antítese da nouvelle cuisine. Vinho com falta de subtilidade, compensado pelo carácter. pratos de carne menos imaginativos do que os de peixe. Variedade de sobremesas limitada.	Cozinha caseira, de porções grandes e baixo preço.	
Algarve						Construção selvagens no Algarve.		Algarve, a Riviera portuguesa.		Outras partes que não o Algarve ou Lisboa não tinham nem esperavam muitos turistas.		
Comunicações				Sistema telefónico diabólico.								

9.1.4. As crenças e a relação com o divino

- **Uma intensa devoção**

À entrada do século XX, a **relação dos portugueses com a religião** ainda é descrita como “**intensa**” (Bell, 1912, p. 8), apesar da devoção do norte contrastar com o temperamento mais cético do sul (ver tabela 28 e tabela 29). O norte é assim, repetidamente, apresentado como a região mais religiosa do país e onde, em 1994, mais de 40% dos adultos iriam à eucaristia dominical, sendo este um ponto de encontro das paróquias (Hill et al., 1993), em contraste com o sul menos religioso e menos conservador.

Mais próximo do fim do século e a confirmar a devoção existente a **norte**, Crawshaw (1986, p. 68) descreve uma região “**profundamente católica**, com uma fé simples”. No entanto a presença de estórias associadas às superstições dos portugueses, em especial no norte e relacionadas com mouros, bruxas e espíritos é transversal a grande parte dos guias sobre Portugal dos séculos XIX e início do XX.

A key to the deeply-imbedded religious feelings of the portuguese is the expression, se Deus quizer, that runs through their conversation. (AF, 1962, p. 13)

Tal como Evans (1990, p. 10) e Evans & Robinson (1998, p. 20) que consideram os portugueses “**loucos por futebol**”, Ellingham *et al.* (1989, p. 22) irá apresenta-lo como “desporto nacional”. Em 1994 o guia “*Frommer’s*” dá conta da devoção dos portugueses, mas admite que o país pareceria à época “**mais interessado na paixão melancólica do fado e na fanfarras do futebol**” (Porter, 1994, p. 16), admitindo, no entanto, que nas zonas rurais e principalmente entre as mulheres, existiria uma relação próxima com a igreja.

Tabela 28 Resumo da relação dos portugueses com o divino

Década	Perceções sobre a religiosidade do país
1910	Relação intensa com a religião
	Maior devoção no Norte
1980	Norte profundamente devoto
1990	Devotos, mas mais interessados em fado e futebol.
	“Coração da vida portuguesa” no Norte
	A religião desempenha um papel importante na vida portuguesa

A religiosidade do povo português é também uma característica presente em grande parte dos guias sobre o país, sobretudo no que diz respeito à religiosidade no mundo rural, “pontuado por frequentes festas religiosas e sazonais” (AF, 1962, p. 15), festividades essas que, apesar de divulgação pelos organismos responsáveis pelo turismo, se mantinham “fieis às tradições locais” (Dennis-Jones, 1981, p. 29), não se tendo tornado em acontecimentos para turistas.

Certo é que no final do século XX, o **catolicismo** era ainda descrito como sendo o “**coração da vida portuguesa, especialmente no norte**” (Symington, 1999, p. 16), como havia sido mencionado por outros autores desde os guias do século XIX. Neste campo, Symington (1999) apenas não recomenda a visita das igrejas durante a celebração das missas. Anderson *et al.* (1993) fazem referência aos milhões de crentes que visitam **Fátima**, criticando, no entanto, o aparato comercial em volta da fé e o **mau gosto das lojas de souvenirs** em volta do santuário.

[...] fado [...] which expresses the fatalismo and soulwrenching which goes straight to the heart of national psyche. (Symington, 1994, p. 104)

No final do século XX, os guias ainda relatam um país onde a **religião é parte vital do dia-a-dia português** (ver tabela 29) e onde, pelo conservadorismo existente, as mulheres devem vestir-se de forma modesta em locais religiosos (AFIS, 1988; Jepson, 1998), refletindo-se até nos nomes dos cidadãos.

The cult of the Virgin is everywhere. Girls are always baptized Maria with, as second name, one of the attributes given to the Mother of God, such as "Mary of the Purification", "Mary of Sorrows", "Mary of the Immaculate Conception", which sound strange to northern ears, but this is an outward manifestation of a deep inner feeling. (Moore, 1985, p. 49)

Tabela 29 As crenças do povo português de acordo com os autores estrangeiros

Ano	1912	1962	1986	1988	1990	1993		1994	1999
Autores	Bell	AF	Crawshaw	AFIS	Evans	Anderson <i>et al.</i>	Hill, <i>et al.</i>	Porter	Symington
Devoções	Relação intensa com a religião.	Mundo rural religiosos e com festas religiosas frequentes.			Loucos por futebol			País devoto, mas mais interessado em fado e futebol.	
Variações regionais	Devoção a norte e ceticismo a sul.		Norte profundamente religioso.				Norte religioso e onde 40% dos adultos assistem à eucaristia dominical. A igreja como ponto de encontro.		A religião como coração da vida portuguesa, especialmente a norte.
Comércio						Aparato de mau gosto nas lojas de <i>souvenires</i> em volta do santuário de Fátima.			
Vestuário				Mulheres vestem-se forma modesta em locais religiosos.					

Fonte: Elaboração própria

9.2. Portugal de acordo com os autores portugueses

Testemunho das transformações do turismo em Portugal no início do século XX, a obra “Manual do viajante em Portugal”, redigida pela pena de Leonildo Mendonça e Costa, irá, na sua 4.^a edição de 1913, em face do rápido esgotamento das edições anteriores, conhecer uma completa remodelação e aumento. Na 7.^a edição em 1940, já sob a responsabilidade de Carlos d’Ornelas, voltará a ser feita referência ao facto de a obra se encontrar esgotada há bastante tempo, impondo-se a “necessidade, para não dizer obrigação, de reimprimi-lo” (D’Ornelas & Mendonça e Costa, 1940, p. vi), edição essa que, por sua vez, “num espaço relativamente curto de tempo ficou totalmente esgotada”, espelhando o sucesso comercial da obra. Recorde-se que a primeira edição data de 1907 e cuja a última edição terá tido lugar na década de 1940. Ao longo das sucessivas atualizações, a quantidade de informação foi crescendo gerando, de acordo com Carlos d’Ornelas, um inesperado problema com o volume, obrigando-o a desdobrar o guia em dois volumes. Esta obra será eventualmente um dos guias portugueses que mais se aproxima dos moldes Baedeker-Murray e que, à semelhança do Guia de Portugal, contou com a participação de duas personalidades ilustres, o crítico de arte José de Figueiredo e o pintor Bordalo Pinheiro.

Numa abordagem diferente, o “Almanaque-Guia de Turismo” de 1943, apresenta-se com pretensões para ser mais do que “um pequeno Baedeker”.

O «Almanaque-Guia de Turismo», agora lançado a público, não é, apenas, como o seu título poderia sugerir, um pequeno Baedeker português. É mais do que isso, ou melhor, pretende ser, pelo menos, um pouco mais que uma espécie de manual portátil para o turista. (Almanaque-Guia de Turismo, 1943, p. 3)

Apesar das pretensões dos editores, o certo é que a obra segue um rumo totalmente diferente dos famosos guias alemães, apresentando uma estrutura e conteúdos que o aproximam mais de um almanaque em 178 páginas, do que o guia de turismo que ocupa 103 páginas. Mérito a esta obra pela demonstração de interesse crescente no Algarve, visível no destaque dado ao longo do roteiro.

Este período fica também marcado pela edição do primeiro volume do “Guia de Portugal” dedicado a “Lisboa e Arredores” no ano de 1924, que fora precedido por 50

exemplares do “Guia de Évora e seus arredores”, considerado por Proença como “mais do que um *espécimen* do «Guia de Portugal»”. Da responsabilidade do “extraordinário bibliotecário e ideólogo pugnaz” (Dionísio, 1979, p. iii) Raúl Proença, esta obra foi empreendida em poucos meses e publicada pela Biblioteca Nacional de Lisboa. A partir da década de 1960 viria a ser editada pela Fundação Calouste Gulbenkian. Para a redação desta obra, Raúl Proença rodeou-se de artista e escritores de referência, como Raúl Lino, Raúl Brandão, Aquilino Ribeiro, Júlio Dantas, Teixeira de Pascoaes, Jaime Cortesão, entre outros. Proença (1924, pp. lix–lx) pretendia com esta obra criar algo que fosse além de um Baedeker, apesar da clara inspiração na obra alemã, constituindo-se como um:

- a) Um minucioso roteiro do país;
- b) Repertório artístico do país;
- c) Uma obra de sóbria literatura descritiva;
- d) Uma antologia da literatura pitoresca;
- e) Um processo, um testemunho dos estrangeiros sobre Portugal;
- f) Uma bibliografia escolhida do que se tem escrito sobre Portugal;

A redação dos primeiros volumes do “Guia de Portugal” dá-se nos primórdios do desenvolvimento do turismo moderno em Portugal. O contexto do desenvolvimento da obra reflete-se nos textos que o compõem e nas reflexões efetuadas:

Aconselhamos sem hesitar a Primavera para o Alentejo, e a Primavera e o Outono para o Minho. Mas para as viagens ao Algarve, pronunciamo-nos decisivamente pelo Inverno. (Proença, 1924, pp. 115–116)

Esta obra procura também glorificar a pátria portuguesa, a paisagem e as suas gentes e tradições, ficando plasmado também em muitas passagens ao longo dos textos que a compõem.

Só por si, o maravilhoso céu de Portugal justificaria uma viagem de turismo. (Proença, 1924, p. 119)

Em 1927 foi editado o volume dedicado à Estremadura, Alentejo e Algarve, com uma introdução pungente de Sant’Anna Dionísio. Poucos anos depois é publicado um guia simples puramente dedicado à descrição de algumas cidades, que iria destinar-se

“exclusivamente às classes populares”, com a intenção de “criar na alma da multidão um forte espírito nacionalista” (Cabral, 1937, p. 5), demonstrando assim um forte vínculo à filosofia política da época. Só em 1944 e depois de alguns amigos de Proença se “constituírem em fiadores, perante o Estado, da efectivação da obra, na hipótese [...] de o Escritor não poder levá-la a cabo” (Proença & Dionísio, 1944, p. iv), vindo a falecer em 1941, foi possível levar a cabo o primeiro volume dedicado à Beira, ficando Sant’Anna Dionísio como delegado e representante dos restantes fiadores e com a responsabilidade da conclusão da obra. Este volume, por ser especialmente volumoso, viria a ser repartido em dois tomos nas edições a partir da década de 1980. Entretanto, só em 1964 e 1965 são lançados os volumes dedicados ao Entre Douro e Minho, já da responsabilidade da Fundação Calouste Gulbenkian. De acordo com os autores, estava previsto apenas um volume para o Norte, mas dado o número elevado de páginas, decidiram desdobrar em vários tomos. O volume de páginas terá sido tal, que ainda foram dedicados mais 2 tomos a Trás-os-Montes e Alto-Douro em 1969 e 1970. No primeiro volume dedicado ao Entre Douro e Minho, Sant’Anna Dionísio afirma que a obra se encontrava suspensa desde 1945, sendo apenas possível “graças à generosa iniciativa da Fundação Gulbenkian e particularmente à esclarecida vontade de quem a dirigi[a] [...] pondo-se termo à inaceitável suspensão de uma obra que toda a gente reconhecia e reconhece ser de interesse público” (Proença & Dionísio, 1964, p. xxxvii).

O fundador desta obra realizou dois vols. em menos de quatro anos; nós não pudemos fazer outro tanto em menos de dez. (Proença & Dionísio, 1964, p. xxxviii)

Apesar do apoio da Fundação Calouste Gulbenkian, Sant’Anna Dionísio lamenta-se do tempo disponível para o desenvolvimento dos volumes dedicados ao norte, porque caso “tivessem sido realizados há vintes anos [na década de 1940], como tanto se desejou e era possível, muitas páginas teríamos decerto obtido de alguns homens de valor que então ainda viviam” (Proença & Dionísio, 1964, p. xl). Por fim seriam editados os volumes dedicados a Trás-os-Montes e Alto-Douro, quase trinta anos depois da morte do ideólogo da obra e meio século depois de a ideia ser concebida, “pondo-se de parte a *ideia* de se prolongar este trabalho às [...] Ilhas Atlânticas, adjacentes, e às terras portuguesas do Ultramar” (Proença & Dionísio, 1969, p. xxviii).

Com uma abordagem linguística semelhante, Leonardo Coelho (1958), num guia de edição de autor, introduz a obra enaltecendo o povo português. Porém, este guia cumpre de forma limitada os “requisitos” para que seja analisado neste contexto, uma vez que se limita à análise individual das maiores cidades do país. Esta obra surge no contexto da visita do Presidente da República Craveiro Lopes, ao Brasil.

Solenizando a viagem de sua excelência o General Craveiro Lopes Presidente da República Portuguesa à grande nação irmã de além-atlântico o autor saúda na pessoa de sua Excelência o Presidente Kubitschek de Oliveira todos os brasileiros e toda a colónia portuguesa a quem dedica com carinho e admiração este modesto trabalho.(Coelho, 1958, p. 3)

Em 1950 é o próprio órgão de propaganda do estado português a publicar um guia, pretendo “ABC do seu turismo”, afirma António Ferro no prefácio, e que não pretendia ser uma “obra original pois foi inspirada [...] nalgumas publicações estrangeiras, sobretudo suíças” (Ferro, 1950, p. 6). Apesar de Ferro (1950, p. 7) considerar este guia “doravante, uma obra indispensável [...] para todos os devotos da nossa Pátria”, remete no entanto qualquer informação minuciosa para o “Guia de Portugal”, cuja finalização se tornava urgente à época. No mesmo período o SNI edita também a obra “Bird’s eye view of Portugal” que, apesar de admitir não ter pretensões a guia de turismo, segue a estrutura de um guia ainda que de forma insipiente.

Anos antes, a Sociedade de Propaganda Nacional (SPN) preocupara-se em editar um guia em inglês pela conhecida falta que vinha a ser sentida e que mais se previa vir a sentir depois do regresso às “circunstâncias normais” (SPN, 1941, p. XI), referência subtil aos problemas criados pela guerra mundial a decorrer à época. No período do Estado Novo, as imagens produzidas pelas entidades oficiais de turismo, mas também pelos guias estrangeiros, embora nestes apenas de forma parcial, transparecem de forma bem sucedida as políticas de propaganda de então, nomeadamente através da “romantização da paisagem” (Costa, 2013, p. 61) portuguesa.

Durante o século XX são publicadas muitas obras com pretensões a guia, como é o caso dos trabalhos de Oliveira (1990) e Rosendo (1968), não sendo estes incluídos na presente investigação. No entanto são poucos os guias portugueses que obedecem a uma estrutura semelhante à lapidada por Murray e Baedeker. Como tal, e dada a raridade dos guias de autores portugueses na segunda metade do século XX, iremos ter também em

conta os guias que, não seguindo por completo a referida estrutura, têm uma estrutura e dimensão semelhantes. Exemplo da exceção aberta é o guia “Guia turístico cultural e artístico de Portugal” (1987, p. 3), cujos organizadores pretendiam publicar um guia “simultaneamente turístico e cultural, dando às obras um relevo que não é habitual em publicações deste género”, chamando a atenção dos “turistas nacionais e estrangeiros, para o que de verdadeiramente notável existe” em todo o país. Porém este é um guia que apenas faz uma listagem dos concelhos do país e, dentro de cada um deles, efetua a respetiva contextualização e enumeração das atrações. O “Guia Turística Alfabética” (1961) é também um caso semelhante. Apesar de mais detalhado na introdução, com mapa das estradas e dos caminhos de ferro, bem como uma enumeração dos concelhos que compõem o país, não faz uma contextualização do mesmo. Estes exemplos levam a crer que os guias produzidos em Portugal e para portugueses optam por uma abordagem mais simplificada, não entrando no detalhe dos guias produzidos fora do país e onde, regra geral, está presente uma contextualização do país, uma apresentação detalhada dos costumes e da cultura. Como exceção a esta regra surge o “Guide to sunny Portugal” (1958), coautoria de um português, redigido em inglês, editado em Lisboa e “dirigido a turistas americanos” (Cabral & Cabral, 1958). Trata-se de uma obra simples, mas que efetua uma contextualização do país ao leitor.

9.2.1. A paisagem portuguesa

- **A permanente comparação com Espanha**

A paisagem portuguesa, tal como outras características e à semelhança do que se verificava nas obras estrangeiras, não deixa de ser alvo de comparações com a vizinha **Espanha**. Para Mendonça e Costa (1913, p. x), a paisagem portuguesa é “**mais verdejante, d’uma tonalidade exuberante**”, comparando as montanhas com a “grandiosidade alpestre”. Reconhecendo, no entanto, que o solo português constitui um prolongamento do de Espanha, Carlos Ornelas e Mendonça e Costa descrevem o terreno de Portugal como mais verdejante, “imprimindo à paisagem tons mais alacres” (D’Ornelas & Mendonça e Costa, 1940, p. x), com uma flora rica que compreenderia quase todas as espécies dos climas temperados e possuindo mais de dois terços da área total do continente cultivados. Estes fatores concorrem para a “**doçura do clima**” (D’Ornelas & Mendonça e Costa, 1940,

p. xxi), recomendando o inverno para visitas à zona central e sul do país, e o outono para o norte, já que a primavera, apesar de ser a época mais atraente em termos de paisagem, os autores consideram-na a mais irregular em termos climatéricos. O testemunho de Cabral & Cabral (1958, p. 15) dirigido aos turistas americanos é semelhante, ao considerar que precisamente os turistas americanos que conhecem Portugal, ficam “encantados com a beleza e o excelente clima no verão e no inverno”.

- **A (quase) permanente exaltação da paisagem nacional**

Numa análise estritamente nacional, os autores do “Almanaque-Guia de Turismo”, referem-se a uma “trindade característica” do país, a luz, encanto e a suavidade, da qual terá nascido o carácter dos portugueses e que são produto das “**ridentes várzeas do Minho**”, da **paisagem “quasi agreste” do Alentejo**, da “**alvura fascinante**” da **serra da Estrela** e da “**doçura**” do **Algarve** (*Almanaque-Guia de Turismo*, 1943, p. 179). As regiões do sul do país são ainda apresentadas como um “**rincão fértil e essencialmente agrícola**” (Rosendo, 1968, p. 24), no caso do **Alentejo**, e como uma região de um “**clima extraordinário, duma amenidade incomparável**” (Rosendo, 1968, p. 27), no que diz respeito ao **Algarve**. Nesta última, o mesmo autor acrescenta ainda que é a formosa terra das chaminés rendilhadas e das amendoeiras em flor.

No que diz respeito à casa portuguesa, o “Guia de Portugal” considera que não existe o que se possa chamar de forma rigorosa “*casa portuguesa*, mas apenas elementos desconexos duma arquitectura que nunca atingiu a eclosão perfeita dum estilo” (Proença, 1924, p. 66). Apesar da glorificação da paisagem portuguesa, Proença reconhece também algumas limitações, nomeadamente no que diz respeito à **flora arborescente do sul** do país “**pobre de pitoresco**” (Proença, 1924, p. 120).

Portugal, se não apresenta os altos cumes nevados dos Alpes e dos Pirenéus, ou os famosos lagos da Suíça e do norte de Itália, se não dotou a Natureza com as cachoeiras formidandas da América ou das quedas de água do Reno, é, apesar de tudo, um dos países mais belos e pitorescos da Europa. (Proença, 1924, p. 123)

Contudo, Proença lembra que Portugal fora brindado pela **paisagem planturosa, cheia de cor e verdejante do Minho**, com a **serrania de Trás-os-Montes** ou com os **estreitos vales da Beira Alta**, num território que “dum momento para o outro, na volta

dum caminho, a paisagem muda por encanto” (Proença, 1924, p. 124). Ainda no que diz respeito a **Trás-os-Montes**, Rosendo (1968, p. 8) acrescenta ainda que a **região encerra alguns dos “mais fortes e imponentes espectáculos da Natureza, no meio de uma paisagem severa e pujante”**.

Tal como para os autores estrangeiros, a **paisagem minhota continua a reunir a preferência** de quem descreve o território português, já que **“não há na terra portuguesa que se lhe compare em mimo de vegetação, riqueza de coloridos, música de águas abundantes, graça e virgindade rurais, e opulência dos grandes painéis panorâmicos”** (Proença, 1924, p. 125), numa região cujas serras oferecem **“encantos de paisagem ímpar”** (Rosendo, 1968, p. 5).

Já no aspeto monumental, Raúl Proença reconhece que **“nada aqui que se aproxime sequer das maravilhas que se conservam e admiram na Itália, na Espanha, na França, na própria Holanda”** (Proença, 1924, pp. 126–127). O mesmo acontece com as **praias** que, apesar de existirem para **“todos os géneros e para todos os gostos”** (Proença, 1924, p. 129), **não se aproximam na perspetiva de Proença do cosmopolitismo de San Sebastian e Biarritz**. Precisamente no que diz respeito às praias, Martins (2011) detetara também nos guias a peculiar comparação com outras praias da Europa, procurando dar a conhecer as vantagens e desvantagens das praias nacionais.

A linguagem usada em alguns casos para descrever Portugal é arrebatadora, como é o caso da obra editada pelo Conselho Nacional de Turismo (CNT), ao descrever **Lisboa** como **“uma cidade de um extraordinário pitoresco”** (CNT, 1932), num país com uma **grande variedade de paisagens e costumes**. Dado o carácter propagandístico de algumas publicações, Portugal surge frequentemente descrito como **“um dos mais interessantes países na Europa”** (SPN, 1941, p. 1) em toda a sua extensão e sem termo de comparação.

Numa linguagem típica do período em que se insere, Leonardo Coelho exulta a paisagem portuguesa, dotada de um **“clima ameno”**, o país poderia considerar-se de **“Norte a Sul, um país de turismo que os nacionais não devem deixar de percorrer e os estrangeiros de visitar”** (Coelho, 1958, p. 5). É também neste território que o autor propõe acolher os turistas com o seu **“magnífico património cultural, a riqueza dos seus campos, o valor das suas matas e pinhais, o encanto dos seus vales e serra de luxuriante vegetação, as suas praias maravilhosas”** (Coelho, 1958, p. 5), entre outras **“hiper-adjetivadas”** características do país.

Ao longo do século os autores vão repetindo algumas características do país como “**a grande variedade de paisagens e monumentos**” ou o “**abundante sol**” (SNI, 1950, p. 7). Menos entusiasta, Rosendo (1968, p. 18) refere-se à **Estremadura** como uma “**região de reduzida homogeneidade**”, não se aproximando às restantes regiões do país “**nem pelas suas características, nem na paisagem, nem na fisionomia, usos e costume**”, contrastando a descrição da paisagem do **Ribatejo**, classificando-a como **riquíssima**.

A paisagem torna-se assim um dos pontos onde é visível uma menor unanimidade entre os autores portugueses (analisar tabela 30), com alguns autores a considerarem que, apesar do aspeto monumental, nada se aproxima com o que seria possível encontrar pela Europa, enquanto outros consideram a paisagem portuguesa uma das mais interessantes na Europa.

Durante parte do século XX assiste-se à presença de apenas características positivas nas palavras dos autores portugueses. A existência de censura, evitando “**má publicidade**” (Sousa, 2016, p. 106) e privilegiando um “**Portugal pitoresco, por vezes simultaneamente rural**” (Sousa, 2016, p. 106).

Tabela 30 A paisagem de acordo com os autores portugueses

Ano	1913	1924	1932	1940	1941	1950	1958	1958	1968
Autores	Mendonça e Costa	Prouença	CNT	D'Ornelas & Mendonça e Costa	SPN	SNI	Coelho	Cabral & Cabral	Rosendo
Paisagem	Paisagem mais verdejante do que a espanhola.				Um dos mais interessantes países da Europa.				
Clima				Clima doce			Clima ameno.	Clima e paisagem semelhantes aos da Califórnia. Turistas americanos encantados com a beleza e o excelente clima no verão e inverno.	
Sul		Flora pobre de pitoresco no sul.							Alentejo como um rincão fértil. Algarve como a formosa terra das chaminés rendilhadas e das amendoeiras em flor.
Minho		Paisagem cheia de cor e verdejante no Minho. Não há paisagem portuguesa que se compare à vegetação do Minho.							As serras dos Minho oferecem encantos de paisagem ímpar.
Praias		Praias de todos os géneros e para todos os gostos, não se aproximando ao cosmopolitismo de San Sebastian ou Biarritz.				Grande variedade de paisagens e abundante em sol	Vegetação luxuriante e maravilhosas praias.		
Lisboa			Lisboa como uma cidade de um pitoresco extraordinário.					Lisboa como uma cidade com modernas lojas, escritórios, teatros e cinemas.	A estremadura não se aproxima do restante país a nível de paisagem e orografia. Região de reduzida homogeneidade.
Ribatejo									Paisagem ribatejana riquíssima.

Fonte: Elaboração própria

9.2.2. Os portugueses

- A “raça” e a “índole dos habitantes”

Tal como alguns autores estrangeiros, os autores portugueses do início do século XX vão **procurar uma distinção em relação aos vizinhos espanhóis**. Para Mendonça e Costa (1913, p. ix), os portugueses têm “no temperamento e na índole da sua raça, **caracteres accentuadamente distintivos**”, explicado pelos oito séculos de vida independente e que passariam pelas “**physionomias diversas, dissemelhanças de caracteres moraes, traços accentuadamente diferentes nas feições e até no modo de fallar**” (Mendonça e Costa, 1913, p. x). O mesmo autor ao avançar para a descrição das regiões do país faz em paralelo uma descrição das gentes que as habitam, isto é, da “índole dos habitantes”. Desta forma o **Minho** é descrito como tendo um “**génio pacífico e laborioso**” que contrasta com o carácter “**rijo, despendido, ativo**” (Mendonça e Costa, 1913, p. x) dos **durienses**. No que diz respeito à **Beira**, o autor divide os habitantes em dois tipos, os que vivem nas encostas dos montes e os que vivem “na cova” dos vales. O primeiro seria um habitante “**energético, valente**”, enquanto o segundo de “**compleição mais delicada, de musculatura menos possante**” (Mendonça e Costa, 1913, p. xi). As afinidades geo-sociais das diferentes regiões que compõem a Beira fazem com que esta área do país se apresente com uma “unidade de costumes que os integram na genuinidade portuguesa” (Rosendo, 1968, p. 14). A sul, no **Alentejo**, os habitantes eram caracterizados pela “**franqueza e hospitalidade**” e o **algarvio**, “**abrindo uma excepção na raça nacional, é transbordante de vivacidade e alegria**” (Mendonça e Costa, 1913, pp. xi–xii). Por fim, a população da **Estremadura** seria, de acordo com Mendonça e Costa (1913, p. xi), “**activa e densa, gente cujo carácter é mixto**”, embora para Rosendo (1968, p. 18), este não se aproximasse dos habitantes das outras regiões “nem pela fisionomia, usos e costumes”. Também Rosendo (1968, p. 21) avança uma explicação para o “**homem forte, másculo, decidido e cavalheiresco**” do **Ribatejo**, ao considerar que estas características se devem à riqueza da paisagem da região. Independentemente das assimetrias regionais, o CNT fala de **Portugal como um país com uma “grande unidade de raça”** (CNT, 1932, p. 7).

No primeiro volume do “Guia de Portugal” o capítulo dedicado à etnografia fica a cargo de Aquilino Ribeiro e Oliveira Ramos. Para Aquilino, o **minhoto goza de um**

“equilíbrio em que dum lado está o ganha-pão, do outro as necessidades elementares de primitivo, é laborioso, pertinaz no trabalho e cauteloso, se não desconfiado” (Proença, 1924, p. 62), mas ao mesmo tempo é também **apelidado de alegre, sociável, amante dos seus e enraizado no solo**. Os minhotos são também considerados **menos impulsivos do que o beirão e o transmontano**. Este último é apresentado como **expedito, ágil, aventureiro e de uma robustez que apenas encontra rival no beirão**. Precisamente o **beirão** é descrito como “**sociável em grau extremo**” (Proença, 1924, p. 64), encontrando-se novamente, diferenças entre o **beirão do litoral** e o das serras, sendo considerado, entre os portugueses, “**aquele em que melhor se equilibram as virtudes portuguesas**” (Proença, 1924, p. 64). Em contraste, no Oeste “**estremenho do centro é garboso, nobre, cheio duma filúcia que não tem limites**” (Proença, 1924, p. 65), contrastando também com a orla vizinha onde se encontraria uma maior sociabilidade, numa população profundamente pacífica mas “pouco rápid[a] de entendimento e de emoções” (Proença, 1924, p. 65). A sul, o **alentejano** é descrito como **hospitaleiro** e o **algarvio** como a **antítese do alentejano**.

No que diz respeito ao vestuário, o “Guia de Portugal” considera à época que a “**indumentária regional desaparece[ria] sob a nivelação do traje cosmopolita**” (Proença, 1924, p. 69), já que outrora, o aldeão “não vestia mais que o linho que produziam os seus campos e a lã que tosquiavam às suas ovelhas” (Proença, 1924, p. 69), mantendo-se apenas nas serranias do norte.

O “Manual do Viajante em Portugal” faz uma caracterização da cidade do Porto e da “índole dos habitantes” no limiar do mito e do estereótipo. Pela sua localização no Entre Douro e Minho, o **Porto** “tornou-se centro natural da produtividade e da afluência de toda a zona ao norte do Mondego, [...] imprimindo-lhe o cunho simpático de «**cidade de trabalho**»” (D’Ornelas & Mendonça e Costa, 1941, p. 80), onde os seus habitantes teriam um grande amor ao desenvolvimento moral e material da sua terra. Por seu lado, as **mulheres portuenses** são descritas como “**geralmente belas, fortes, coradas e robustas; a mulher do povo que desempenha serviços violentos**, de carregos e outros, por ínfima remuneração, [...] quando caminha tem o gingar dos quadris, filho da actividade em que anda para ganhar o pão” (D’Ornelas & Mendonça e Costa, 1941, p. 80). A grande diversidade nas formas de vestir tradicionais (analisar tabela 31) também é dado a conhecer pelo guia do SPN (1941).

Entre as diferentes opiniões apresentadas pelos autores, verifica-se uma tendencial coincidência entre as características apontadas aos portugueses das regiões que compõem o país. Essas semelhanças ficam patentes, por exemplo, quando Mendonça e Costa (1913) definem o **alentejano como franco e hospitaleiro**, enquanto o **algarvio é apresentado como transbordante de vivacidade e alegria**. Anos depois é Proença (1924) que apelida o primeiro como hospitaleiro, enquanto o segundo ser-lhe-ia uma total antítese.

Mais tarde, em pleno Estado Novo, o **português** é apelidado de “**brioso e trabalhador**”, com um “**elevado espírito hoteleiro**” (Coelho, 1958, p. 5) e “**herdeiro das mais nobres e heróicas tradições do passado [...] que traçaram a história gloriosa de Portugal**”. Entre outras atividades, o autor descreve também as romarias portuguesas, de um povo “partidário de preconceitos e imbuído de crenças religiosas”.

Tabela 31 A diversidade do traje português

Viana do Castelo	[...] the women’s (“minhotas”) dress consists of a full red embroidered skirt, na embroidered and laced vest, a white blouse adorned with lace; on the head a red handkerchief embroidered or printer, embroidered slippers and white openwork stockings.
Trás-os-Montes	[...] at Miranda, they still wear great caps with hood which completely hide the face.
Coimbra	[...] the students still wear the traditional dress of a medieval University [...].
Aveiro e Ovar	[...] the women’s (“ovarinas”) dress consist in the round hat with almost vertical brim with a pompom at one of the sides.
Lisboa	[...] the characteristics dress of the peasant (“salioio”) consists of laced leather boots, tight-fitting trousers spreading out over the foot and known as “bell-mouthed” (“bôca de sino”), a jacket or coat close-fitting and cut at the waist, with black fringed sash [...].
Ribatejo	[...] the peasants (“campinos”) wear trousers of a light colour, the legs are often protected by leggings, tight-fitting and buttoned [...].
Beiras	[...] the most characteristic elements are: a cape made of straw or reeds which is worn over the winter coat to protect from the rain [...].
Miranda	The most extraordinary Portuguese regional costumes is perhaps that of the “pauliteiros” of Miranda [...].
Alentejo	[...] the harsher climate causes the men to wear in winter a kind of outer trousers of leather fitted on with buttons and straps (“safões”). As a cloak, the common people use a ruge (“manta”) [...].
Açores	[...] the women still wear the “bloco”, a kind of large hood resting on a frame and fastened to a cloak or cape which completely covers the body.

A cozinha portuguesa tem isto de notável: empanturra; a sesta dos clérigos e fidalgos veio de aqui. (Proença, 1924, p. 71)

Tal como grande parte das notas introdutórias ao “Guia de Portugal”, a cozinha também é avaliada de forma regional e à qual é dada uma especial importância, já que “abandonados os tipos de casa e do vestuário regional, esquecidos os costumes particularistas, essa tradição foi a única que não morreu” (Proença, 1924, p. 72). Se a **norte** a cozinha é considerada mais vegetariana pela presença do **caldo verde e das papas de milho**, o **Algarve** teria um “**gosto por iguarias estranhas, como caracóis e os figos de piteira**” (Proença, 1924, p. 72), num país onde a **doçaria** era “**fértil e abundante como poucos**” (Proença, 1924, p. 72). Mais tarde, Cabral & Cabral (1958, p. 16) apresentavam os **restaurantes “pequenos e escuros”** onde era possível ouvir fado, sendo estes os locais onde o turista poderia ter uma “verdadeira refeição portuguesa, cozinhada com alho e acompanhados por um bom vinho tinto”.

A tabela 32 compila as impressões dos autores nacionais sobre os portugueses, verificando-se uma harmonia entre os diferentes autores.

Tabela 32 Os portugueses de acordo com os autores nacionais

Ano	1913	1924	1932	1941	1941	1958	1958	1968
Autores	Mendonça e Costa	Proença	CNT	D'Ornelas & Mendonça e Costa	SPN	Cabral & Cabral	Coelho	Rosendo
Personalidade	Temperamento e índole distintos.						Brioso trabalhador com um elevado espírito hoteleiro	
Minho	Minhoto como génio pacífico e laborioso.	Minhoto como equilibrado, laborioso, pertinaz e cauteloso, alegre, sociável e amante dos seus.						
Porto & Douro	Durienses rijos, despendido e altivo.			Mulher portuense bela, forte, coradas e robustas.				
Beiras	Os habitantes das encostas da Beira como energéticos e valentes, enquanto os habitantes dos vales como tendo musculatura menos possante e compleição mais delicada.	Mais impulsivos do que os minhotos, mas altamente sociável. São os que melhor equilibram as virtudes portuguesas.						Unidade de costume que os integram na genuinidade portuguesa.
Alentejo	Alentejanos como francos e hospitaleiros.	Hospitaleiro.						

Algarve	Algarvios como uma exceção, trasbordante de vivacidade e alegria.	Antítese do alentejano. Gosto por iguarias estranhas, como caracóis e figos de piteira.						
Estremadura	Habitantes da estremadura como ativos e de carácter misto.	Garboso, nobre e de uma filáucia sem limites.						Não se aproximam das restantes regiões quer pela fisionomia, quer pelos costumes e usos.
Ribatejo					Grande variedade na forma de vestir.			Ribatejanos como forte, másculos, decididos e cavalheirescos.
Características			Grande unidade da raça.					
Gastronomia						As casas de fado como locais onde era possível comer uma verdadeira refeição portuguesa.		

Fonte: Elaboração própria

9.2.3. O desenvolvimento civilizacional

- **O reconhecimento do subdesenvolvimento**

No final do primeiro quartel do século XX os **transportes** em Portugal ficavam ainda **aquém do que seria expectável**, “subsistindo ainda em alguns pontos meios de **transporte antiquados e morosos**” (Proença, 1924, p. 73), como o asno ou o carro rural, fazendo com que o afastamento dos caminhos-de-ferro leva-se o indivíduo a embrenhar-se pelos “caminhos escusos, [e] trepar em ascensões difíceis” (Proença, 1923, p. 16). Nos próprios caminhos de ferro, as carruagens ofereciam menos comodidades que nas homólogas europeias, existindo, porém, algumas satisfatórias na Companhia Portuguesa e Beira Alta (Proença, 1924). Apesar de não ser tema que reúna consenso, como reflete a tabela 33, as estradas também estavam, em alguns casos, em **mau estado de conservação e até intransitáveis**, sendo melhores nas áreas do país com terrenos graníticos do que nas áreas de terrenos calcários.

À semelhança dos autores estrangeiros, o guia de Proença faz também referência à **tourada** mais habitual na zona sul e à atitude heroica dos cavaleiros numa tourada “**mais humana, e também mais ritual e pomposa**” (Proença, 1924, p. 75) do que a espanhola.

Apesar de à época as cidades mais importantes do país já possuírem **hotéis** com as “**comodidades desejáveis**”, terras havia em que “**hospedarias, que se decora[vam] com o pretensioso nome de «hóteis», não excediam em comodidade e limpeza as antigas estalagens**” (Proença, 1924, p. 150), levando a que, sobretudo os estrangeiros, se queixassem da dureza das camas. No norte os alojamentos iriam ao extremo de **encher as almofadas com folhelho ou serradura**. Por estas razões, Raúl Proença considera que muitas vezes a pomposa denominação de hotel, nomeadamente “Grande Hotel”, não deveria, por si só, levar o turista a escolher determinado alojamento. Rematando os problemas existentes na hotelaria portuguesa, Proença deixa a seguinte reflexão:

Nenhum europeu civilizado se pode resignar facilmente a tamanha penúria e desconforto – e quiméricas serão todas as tentativas para transformar a nossa terra no país de turismo que as suas belezas naturais lhe estão vaticinando enquanto não mudarmos de rumo e não vencermos os nossos hábitos de rotina. (Proença, 1924, p. 151)

Dado o problema referido por Proença (1924), em 1941 o guia produzido pelo SPN dará a conhecer ao turista que a hotelaria sofrera recentemente “mudanças para melhor”.

Igualmente testemunho do atraso de Portugal como destino turístico no primeiro quartel do século XX, quando comparado com outros países europeus, é a **ausência de “cicerones profissionais”** (guias) mesmo no Porto e Lisboa, sendo necessário recorrer a **“cicerones obsequiosos”** (Proença, 1924, p. 152).

- **O país em transformação**

No seu guia de 1941 dirigido a um público internacional, o SPN procura dar relevo às transformações que vinham sendo operadas no país. No prefácio à obra dão conta da dificuldade que tiveram na criação do guia, não só pela falta de textos, mas também pelo desenvolvimento recente a nível das linhas de caminhos de ferro, “excelentes autoestradas e estradas” (SPN, 1941, p. xiii), assim como melhorias nos autocarros e companhias aéreas, serviços postais e telefones, mas também a nível da hotelaria. Nesta década D’Ornelas & Mendonça e Costa (1940, p. xiii) davam conta de que o país já teria colheitas de trigo suficientes para suprir as necessidades da população, quando poucos anos antes existia um “permanente [...] *deficit* do pão nacional”. A par das evoluções a nível agrícola, os autores dão conta também da **“rêde de estradas alcatroadas e macadamizadas no país, consideravelmente acrescida e melhorada nos dez últimos anos, especialmente nos itinerários consagrados ao turismo”** (D’Ornelas & Mendonça e Costa, 1940, p. xxv), apesar dos **“problemas emergentes da utilização do veículo”** (Oliveira, 1956, p. V). Nas grandes cidade e estâncias turísticas, Ornelas e Mendonça e Costa consideram que os **hotéis possuíam quartos confortáveis**, contudo nas povoações de menor categoria, as **casas de hospedagem deixariam a desejar, nomeadamente as estalagens e tabernas** que se deveriam “evitar sempre [...] o comer nelas e, principalmente, pernoitar” (D’Ornelas & Mendonça e Costa, 1940, p. xxvii).

Em 1958, o povo português é ainda descrito como **essencialmente rural**, um povo que **“vive apenas para o campo** – esse imenso oceano de verdura que se estende a perder de vista” (Coelho, 1958, p. 80). Na mesma década e contrariando o que vinha sendo narrado, o SNI, na obra *“Bird’s eye view of Portugal”*, assegura que o país oferece **“fantásticas estradas que permitem o viajante ir em conforto pelo país [...] em poucas horas”** (SNI, 1950, p. 7). Anos antes, num guia editado pelo órgão que viria a ser sucedido

pelo SNI, o SPN, fazia também referência às novas linhas de comboio e às “**excelentes**” **estradas** que haviam sido contruídas (SPN, 1941).

Mais tarde, na década de 1990, as alterações eram também visíveis na capital. Colbert (1995, p. 500) dá a conhecer os problemas de “tráfego, *smog* e decadência urbana visível à maioria dos visitantes”, ainda que retivesse uma certa “grandeza imperial”.

Tabela 33 O desenvolvimento civilizacional de acordo com os autores portugueses

Ano	1924	1932	1940	1941	1950	1958
Autores	Proença	CNT	D’Ornelas & Mendonça e Costa	SPN	SNI	Coelho
Transportes	Meios de transporte antiquados e morosos.					
Ferrovias	Carruagem ofereciam menos comodidades do que as homólogas europeias.	Desenvolvimentos recentes no que diz respeito às linhas.		Excelentes linhas de comboio.		
Estradas	As estradas estavam, em alguns casos, em mau estado e até intransitáveis.	Excelente autoestradas e estradas.	Crescimento significativos de estradas macadamizadas e alcatroadas.		Fantásticas estradas.	
Tradições	Tourada mais humana e pomposa do que em Espanha.					
Hotelaria	Alguns alojamentos com o nome hotel não excediam a comodidade e limpeza das antigas estalagens.		Nas cidades e estâncias turísticas os hotéis possuíam quartos confortáveis, mas nas povoações deixariam a desejar.	Recentemente a hotelaria melhorara para melhor.		
Guias	Ausências de guias.					
Agricultura			País autossuficiente em termos de produção de trigo.			
Ruralidade						População essencialmente rural.

Fonte: Elaboração própria

9.2.4. As crenças e relação com o divino

- **O país profundamente religioso**

No início do século XX surgem as primeiras referências a Portugal como um país sem religião oficial, havendo liberdade religiosa, com apenas a restrição de o culto não se realizar “fóra dos edificios nem depois do sol posto” (Mendonça e Costa, 1913, p. xv). Todavia, Portugal permanecia um **país profundamente religioso** e onde as “grandes datas da folhinha que a religiosidade do povo português, [...], se expande de norte a sul em festas e romarias, de que se fala um mês antes e depois” (Proença, 1924, pp. 73–74) em especial nas Beiras, Minho e Trás-os-Montes. Por esta época, a função religiosa no Alentejo ia “perdendo o pouco de pitoresco que tinha” (Proença, 1924, p. 75) em contraste com o norte. Contrastando também com o norte, na “algazarra infernal, do bulício fantástico” (Proença, 1924, p. 75) do Minho, estavam as vigílias noturnas feitas num silêncio fúnebre no Algarve.

Tabela 34 As crenças do povo português de acordo com os autores nacionais

Ano	1913	1924	1940	1958
Autores	Mendonça e Costa	Proença	D’Ornelas & Mendonça e Costa	Coelho
Relação estado-religião	País sem religião oficial e com liberdade religiosa		Igreja e estado afastados com a proclamação da República.	
Religiosidade do país		País profundamente religioso.		População devota.

Fonte: Elaboração própria

Em pleno Estado Novo, a 7.^a edição do “Manual do Viajante” explica o afastamento entre a Igreja e o estado com a proclamação da República, porém o **catolicismo português** “redobrou [...] a sua antiga situação predominante”, com saída de “novo das procissões à via pública, [havendo um] inteiro desfôgo nos actos do culto e já algumas comunidades de frades e de freiras voltaram a instalar-se no país”, mas também as “escolas primárias

oficiais apuseram crucifixos nas aulas, sendo obrigatório nas mesmas e nas particulares o ensino de moral cristã” (D’Ornelas & Mendonça e Costa, 1940, p. xv).

Leonardo Coelho no seu guia de 1958 dá conta de um **povo religioso** que “acata a invocação da velha capela onde todos os domingos recebe a bênção do presbítero e que vive apenas do campo” (Coelho, 1958, p. 80) e que ia à igreja todos os domingos.

10. Análise de dados visuais

As representações visuais do destino são construídas para, propositadamente, determinar a forma como o destino irá ser percecionado e os locais que deverão ser familiares e atrativos aos visitantes (Scarles, 2014).

The old cliché of a picture being worth a thousand words has never been more true than for the promotion of places as tourist destinations. Visual images are a powerful component of tourist destination marketing; photographs of scenery, landmarks and icons dominate all forms of tourism promotion, from travel brochures and television commercials to internet advertisements. (Jenkins, 2003, p. 305)

Desde o momento em que a técnica o permitiu, os materiais visuais são uma **componente central do turismo, facilitando a obtenção de um conhecimento mais aprofundado sobre o destino**. Em simultâneo, a combinação de texto com imagens revela-se importante, uma vez que, segundo Lever *et al.* (2019), permitem manter o foco do leitor nos conteúdos da obra.

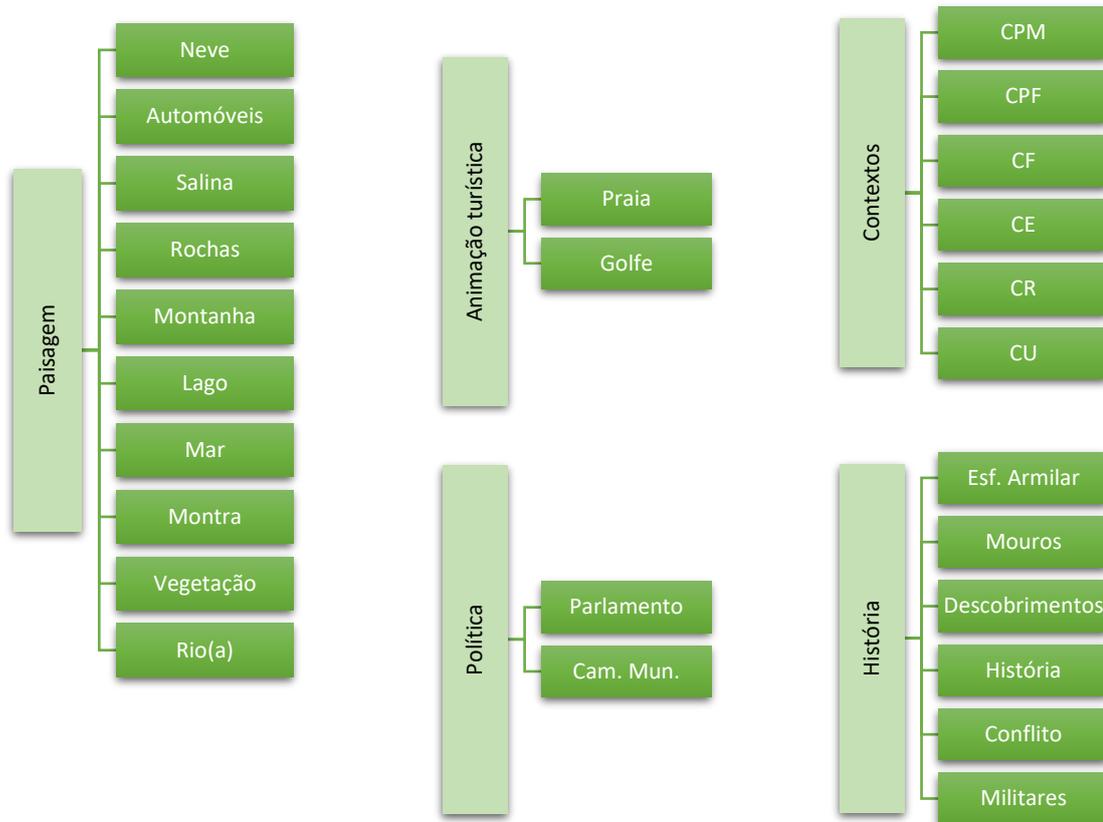
10.1. Levantamento das imagens

Os dados visuais em análise foram recolhidos nos diferentes guias analisados. Dada a grande profusão de imagens presentes nos guias das últimas décadas, foram apenas **selecionadas as imagens com maior relevo na obra**, sendo assim tratadas as imagens que ocupam uma ou meia página. No caso dos guias que já se encontravam digitalizados em bibliotecas *online*, foi apenas necessário descarregar os mesmos e editar as imagens, enquanto na grande maioria dos guias, foi necessário digitalizar as imagens pretendidas.

10.2. Divisão em categorias e codificação das imagens

À semelhança do que é proposto por Saldaña (2009), seguiram-se **dois ciclos de codificação**. Numa **primeira fase** foi criada uma **lista provisória de códigos a atribuir**

Figura 25 Códigos atribuídos às imagens (I)



Fonte: Elaboração própria

às **imagens**, geradas a partir da análise da literatura existente. Em simultâneo a referida lista de códigos foi sendo **enriquecida de acordo com os conteúdos das imagens processadas**. Este primeiro ciclo caracteriza-se por ser “simples e direto” (Saldaña, 2009, p. 45). Numa fase avançada da recolha das imagens, iniciou-se o **segundo ciclo de codificação** (analisar figuras 25 e 26), ao **agregar os códigos criados no ciclo anterior por temas abrangentes e que permitissem abranger vários códigos**, procurando padrões entre eles e numa tarefa de “classificação, priorização [e] integração” (Saldaña, 2009, p. 45).

Tabela 35 Código utilizados para contextos

CPM	Contexto predominantemente masculino
CPF	Contexto predominantemente feminino
CF	Contexto festivo
CE	Contexto eclesiástico/religioso
CR	Contexto rural
CU	Contexto urbano

Figura 26 Códigos atribuídos às imagens (II)



Fonte: Elaboração própria

Desta forma o **segundo ciclo de codificação** permitiu reorganizar e reanalisar os **códigos atribuídos durante o primeiro ciclo**, recorrendo a uma codificação por padrões. A codificação por padrões permite juntar vários códigos sobre um código mais abrangente (Miles & Huberman, 1994; Rose, 2016; Saldaña, 2009), como o caso do código arquitetura que abrange inúmeros códigos que para ele remetem, como os códigos igreja, claustro, capitel, azulejos, entre outros.

10.3. Análise de resultados

Feito o levantamento e codificação das imagens presentes nos guias, foram estudadas as realidades que, de forma mais repetida, surgem nas imagens que ilustram os guias de Portugal. Para esta análise, as obras estudadas foram, mais uma vez, divididas em dois séculos.

Numa **primeira fase tornou-se claro a grande concentração e importância dada às fotos de algumas cidades**. Foram recolhidas e tratadas mais de 1000 ilustrações presentes nos guias do período em análise, destacando-se as cidades de Lisboa (151), Porto (55), Sintra (34), Coimbra (29) e Évora (25) como as cidades com mais imagens dentro do critério escolhido para análise. A estes resultados não é alheio o facto de que, quer no século XIX, quer no século XX, uma grande parte das imagens se focar no património. Por esta razão as cidades com mais fotos presentes nos guias são, precisamente, as cidades com elementos patrimoniais mais importantes. Entre as cidades mais presentes, encontram-se também algumas localidades costeiras, fruto da presença assídua da praia nos guias do final do século XX.

Numa abordagem geral e indiferenciada, tornou-se também clara a grande concentração de imagens a remeterem para a categoria “Arquitetura e património”, especialmente nas subcategorias “arquitetura”, “castelos” e “igreja”.

10.3.1. Século XIX

Como era já expectável, as **ilustrações surgem nos guias do século XIX de uma forma bastante limitada** no tempo, quantidade e diversidade. Todavia, é possível retirar algumas conclusões com base nas escassas ilustrações existentes.

Das imagens analisadas no referido período e tal como espelhado pelo gráfico 7, a **esmagadora**

maioria representa ambientes urbanos (95%), sendo apenas os restantes 5% dedicados ao meio rural.

Verifica-se uma **total ausência de imagens que remetam para os produtos alimentares, para culturas e tradições ou para a presença de animais**. Desta forma, grande parte das imagens remetem para a **arquitetura e património**, concentrando-se quase em exclusivo, e como referido anteriormente, em ambientes urbanos. Precisamente nesta categoria, destaca-se a presença de igrejas (analisar gráfico 8), estando presentes em quase 50% das imagens, seguindo-se as ilustrações com imagens de estátuas e pontes.

No que diz respeito à paisagem (gráfico 9), contrastando com o que seria visível nas imagens do século posterior e espelhando as preferências do século XIX, verifica-se uma **total ausência do elemento praia e mar**, havendo uma presença significativa de imagens de rios e vegetação. Nas imagens presentes nos guias do século XIX, **Lisboa está presente 32%** das imagens cuja a localidade é identificável. É visível uma grande

concentração em termos de distribuição espacial das fotos (ver gráfico 10), **com Lisboa, Porto e Sintra a representarem cerca de 50% das localidades representadas nas ilustrações**. Merece também ser assinalada a presença significativas das cidades de

Gráfico 7 Contextos representados pelas ilustrações dos guias do séc. XIX

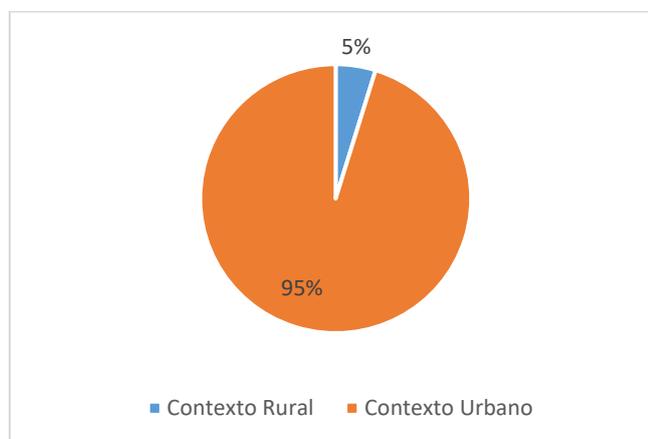
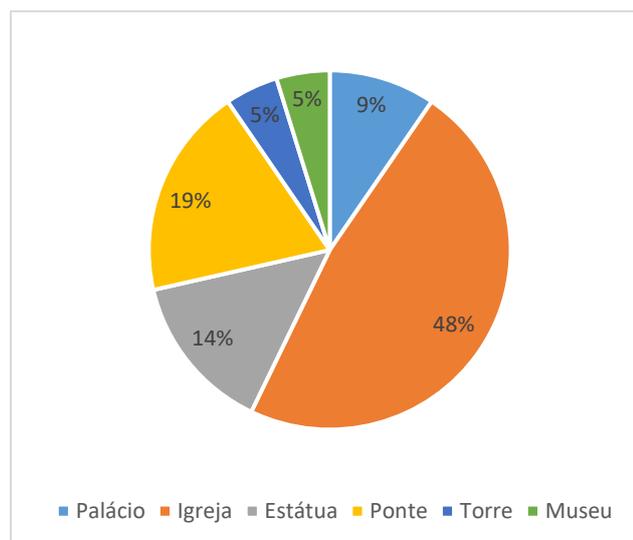
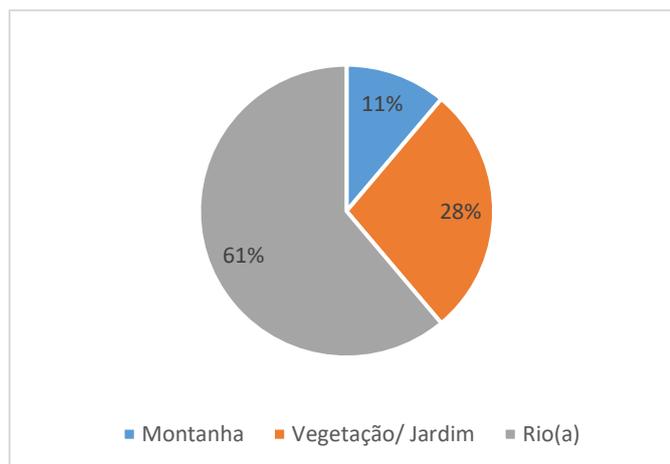


Gráfico 8 Elementos presentes na categoria "Arquitetura e património" (séc. XIX)



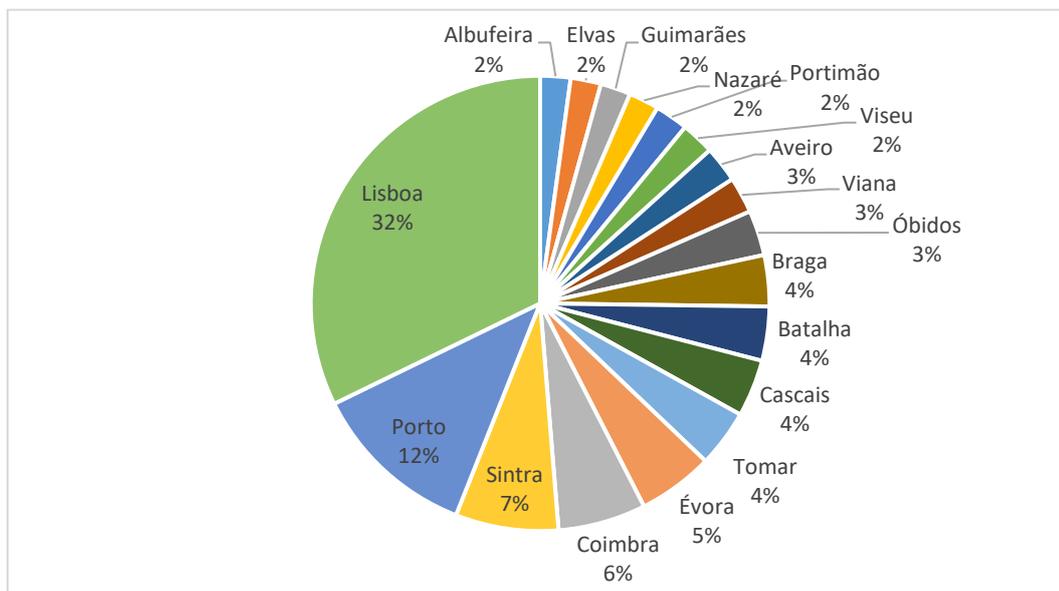
Coimbra e Évora, representando o apelo do património neste período. Ainda que com menor representatividade, surgem algumas localidades costeiras como Albufeira, Nazaré, Portimão, Viana do Castelo e Aveiro, todas com aproximadamente 2% das fotos.

Gráfico 9 Tipo de paisagens presentes nas ilustrações (séc. XIX)



Por fim, há ainda a registar nas imagens dos guias do século XIX a **presença do elemento “barco”, invariavelmente remetendo para a ligação do país ao mar**, seja através da pesca ou da exploração marítima, mas também ao transporte fluvial, mormente pelo transporte do vinho do Porto no rio Douro.

Gráfico 10 As 19 localidades com mais fotos em estudo.



10.3.2. Século XX

Para esta análise, e de resto como seria de esperar, os dados presentes nos guias do século XX, principalmente na segunda metade do século, **permitem uma análise bastante mais aprofundada**. Foi também possível constatar que, além de uma **maior quantidade de fotos, os elementos presentes nas mesmas também são mais variados** do que aqueles presentes nas ilustrações do século XIX. Neste século as ilustrações têm ainda o **carácter**

predominantemente urbano (ver gráfico 11), contudo, as imagens de **contextos rurais ocupam já uma quota de 40% do total**. Dentro destas imagens em contexto rurais, é também possível identificar elementos mais diversificados, nomeadamente no que diz respeito aos animais presentes. (ver gráfico 12)

No que diz respeito à arquitetura (ver gráfico 14), as **igrejas continuam a ser os elementos mais presentes na categoria arquitetura**, seguindo-se os castelos, palácios e azulejos. Quanto à animação turística, foi possível identificar dois elementos: praia e golfe. Entre estes dois elementos, a praia surge de forma mais frequente, estando presente em 96% das imagens associadas à categoria “animação turística” (analisar tabela 36).

Gráfico 11 Contextos representados pelas ilustrações dos guias do séc. XX

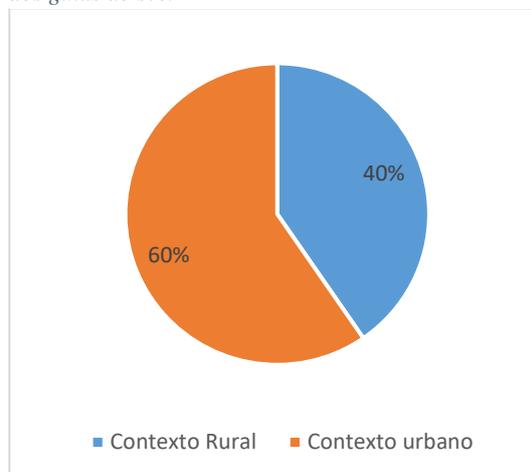


Gráfico 12 Animais presentes nas ilustrações do século XX

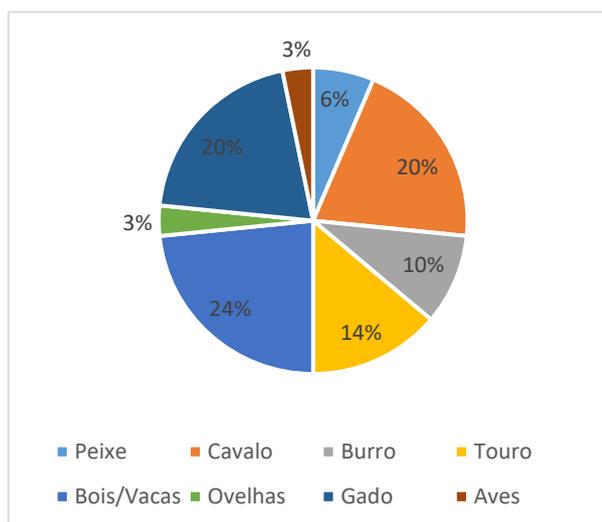
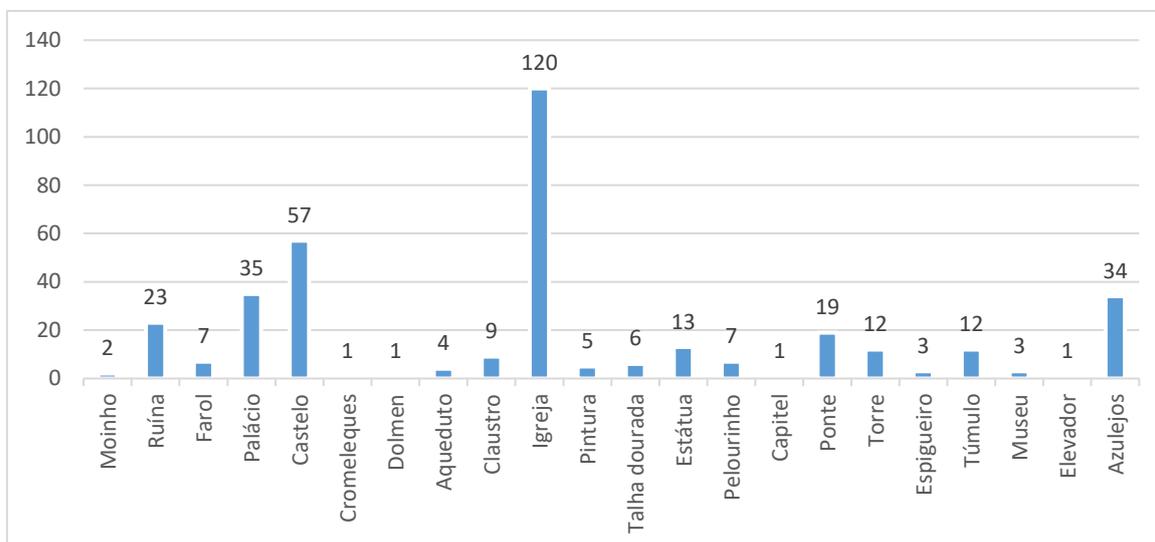


Tabela 36 Referências a espaços de atração turística

65	3
Praia	Golfe

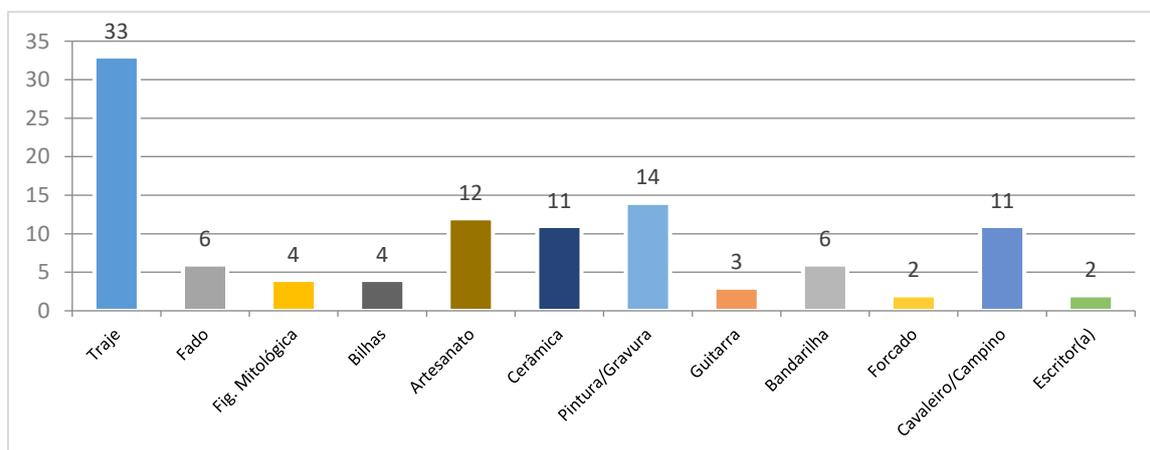
Foi também averiguada a presença de elementos relacionados com a cultura e as tradições portuguesas. Neste sentido, foi possível localizar uma elevada presença de

Gráfico 14 Elementos de arquitetura e património presentes nas ilustrações dos guias do séc. XX



imagens com o elemento “traje”, em grande parte associado à vida académica das cidades portuguesas (ver gráfico 13). Os restantes elementos localizados nesta categoria encontram-se de forma menos frequente, todavia regista-se uma presença frequente da cerâmica, do artesanato, de cavaleiros/campinos e de pinturas.

Gráfico 13 Elementos presentes nos guias do séc. XX relacionados com tradições e cultura



No que diz respeito aos produtos alimentares, o **protagonismo é dividido entre os produtos hortícolas e a presença de fruta** (ver gráfico 15), sendo ainda possível observar com alguma abundância, imagens onde está presente marisco. Como elementos relacionados com a sociedade, destaca-se a **presença muito significativa de multidões** e, principalmente, de embarcações na representação de Portugal (ver gráfico 17). A esta

grande presença de embarcações nas imagens não será alheia a presença também assídua do motivo pesca, outro dos elementos com presença assídua nas ilustrações.

Gráfico 16 Géneros predominantes nas fotos
(CPM – Contexto predominantemente masculino /
CPF – Contexto predominantemente feminino)

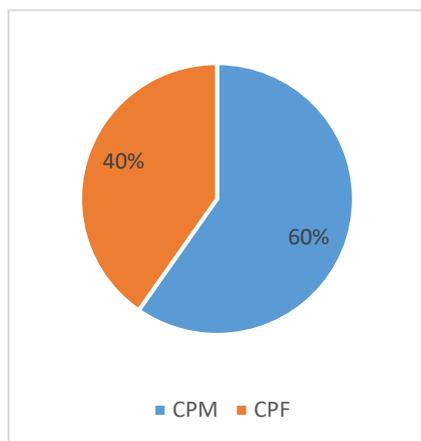
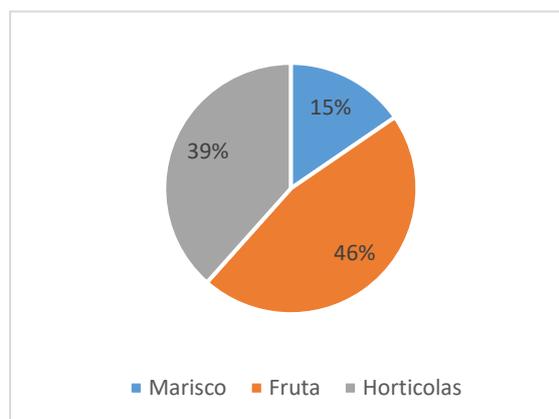
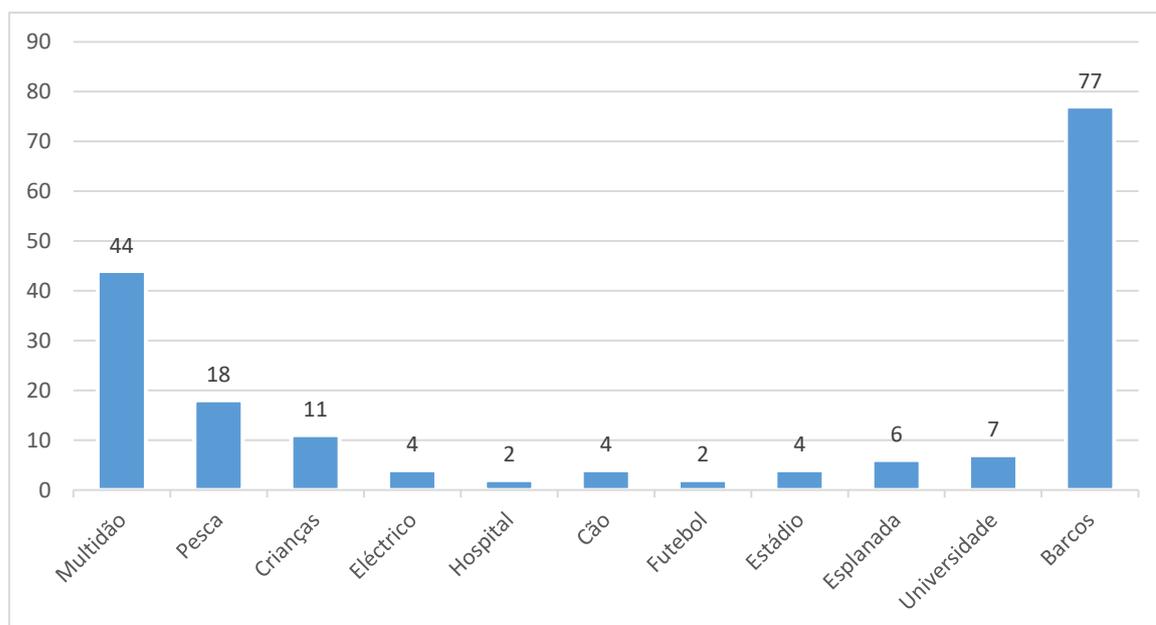


Gráfico 15 Produtos alimentares presentes nas ilustrações



Por fim, o levantamento das imagens presentes nos guias permitiu ainda perceber que a **presença humana nas ilustrações destas obras é sobretudo masculina** (analisar gráfico 16). Assim, em 60% das imagens em que surgem aglomerados, estes são compostos maioritariamente por homens.

Gráfico 17 Elementos da sociedade presentes nas ilustrações dos guias do séc. XX

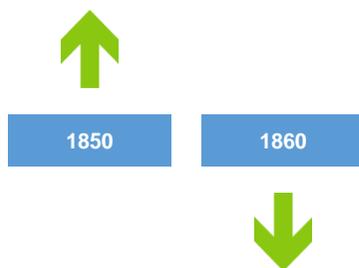


10.4. Percurso evolutivo da imagem presente nos guias

Cordeiro (2011a) afirma que Portugal surge descrito nos guias, regra geral, como um destino paradisíaco, todavia, esta imagem do país não corresponde à realidade presente nos guias do século XIX. Desta forma as tabelas 37 e 38, resumem o percurso descritivo de Portugal ao longo dos séculos XIX e XX, contrariando a teoria da autora. Em ambas as tabelas é possível analisar de forma rápida a evolução da imagem do país por década. A década de 1850 é a primeira década em que verdadeira podemos encontrar informações com alguma solidez. Os excertos da obra de Neale (1855) presentes na tabela 37 permitem-nos observar um destino que não oferecia condições à visita do turista, uma vez que os alojamentos eram maus, o país subdesenvolvido, as localidades insalubres e onde apenas a paisagem constituía motivo de atração. Nas décadas seguintes a imagem do país progride de forma positiva, tornando-se mais fácil para viajar e sendo reconhecida a variedade natural. Surgem nesta altura as primeiras comparações com o povo espanhol, sendo estas, regra geral, mais favoráveis ao povo português.

Tabela 37 Síntese da imagem de Portugal nos guias do século XIX

- * País atrás de qualquer outro europeu, mas com progressos (Neale, 1855)
- * Era possível encontrar nos alojamentos não só baratas e besouros negros abundantes, mas também vários tipos de vermes, pulgas, percevejos e piolhos (Neale, 1855)
- * A questão não seria entre comer boa ou má comida, mas ,sim, entre comer ou não, subsistindo sobretudo com pão escuro (Neale, 1855)
- * Localidades insalubres e perigosas para pernoitar
- * Os portugueses não eram capazes de compreender a ideia de viajar por prazer (Neale, 1855)
- * Não haveria outro país europeu com menos interesse para um curioso em eclesiologia. Era também um país com superstições selvagens (Neale, 1855)
- * Paisagem como maior atrativo de Portugal, mas desinteressante a sul (Neal, 1855)



- * País onde já era mais fácil viajar (O'Shea, 1869)
- * Portugueses silenciosos, sensíveis e de grande eloquência. (O'Shea, 1869)

1890



- * Papel, seda e sabão, todos de má qualidade (Charnock, 1894)
- * Os portugueses como sendo “regra geral modestos e corteses” e “mais humanos do que os espanhóis, menos religiosamente intolerantes e menos emotivos e desobedientes no campo político” (Baedeker, 1898)
- * País com variedade natural sem par (Baedeker, 1898)

O início do século XX surge como uma continuidade na evolução positiva da imagem do país. Década após década, o país vai adquirindo o estatuto de um destino desejado, nomeadamente pela pacatez e pelo desenvolvimento das infraestruturas, conservando, ainda assim, as tradições e a gastronomia.

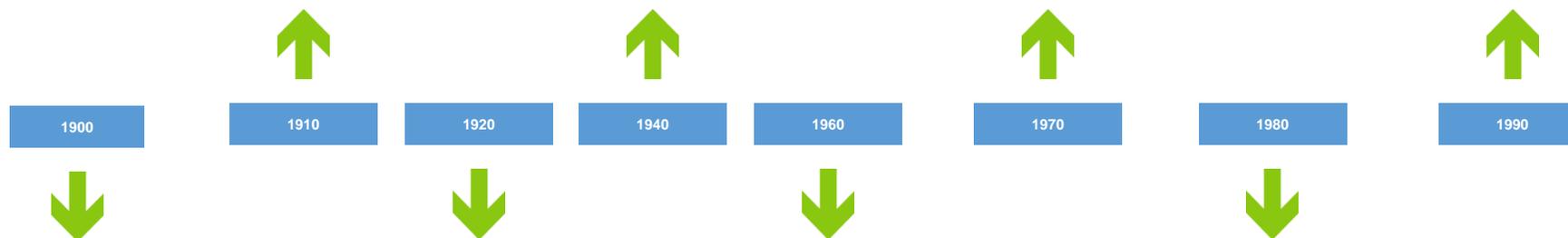
Tabela 38 Síntese da imagem de Portugal nos guias do século XX

* País com condições mais favoráveis à viagem do que Espanha (Bell, 1912; Wood, 1913)
 * Alojamentos excelentes, exceto nas pequenas cidades onde eram primitivos, mas limpos (Bell, 1913; Wood, 1913)
 * Um povo diferente do que fora no passado (Bell, 1912)
 * Personalidade menos agressiva e sem o orgulho espanhol (Bell, 1912)
 * Sociedade tranquila e melancólica (Bell, 1912)
 * Povo que bebe mais álcool do que os espanhóis (Bell, 1912), ávidos consumidores de vinho (Wood, 1913)
 * Relação intensa com a religião (Bell, 1912)
 * O Porto como cidade sombria e escuro e Lisboa como uma cidade onde tudo é suave e bonito (Bell, 1912)

* País rural onde a população se ocupava sobretudo de trabalhos agrícolas (Bridge & Lowndes, 1949)
 * Povo de encantadora e alegre simpatia e com uma cortesia elevada e elaborada (Bridge & Lowndes, 1949; Beresky, 1991; Symington, 1999)
 * Portugal como uma "extraordinária variedade e uma infinita multiplicidade de pormenores" (Bridge & Lowndes, 1949)

* País com uma vigorosa política de desenvolvimento económico (Michelin, 1970)
 * Azeite quase sem sabor e aroma (Michelin, 1970)
 * Gastronomia fenomenalmente ampla (Clark, 1962), abundante e saborosa (Michelin, 1970)

* País com estradas melhoradas e com novos costumes (Michelin, 1997)
 * Rede ferroviária surpreendentemente extensa (Beresky, 1991), mas lenta (Symington, 1999) e arcaico em carruagem da década de 1930 (Tromanhouse & Schwarz, 1991)
 * Portugal já não era o país dos "preços surpreendentemente baixos" (Beresky (1991), embora para outros continue a ser uma verdadeira "pechincha" (Hobbs & Adzigian, 1994; Steves, 1998)
 * Peixe ainda era transportado por burros, algo que já não era visto na restante Europa (Porter, 1994) * País em desenvolvimento sem perder o "charme rural" (Porter, 1994)
 * Turismo menos desenvolvido do que em Espanha (Symington, 1999)
 * Lisboa como uma das capitais mais baratas da Europa (Wilkinson & King, 1999)
 * Gastronomia caseira e de baixo custo (Hobbs&Adzigian, 1994)
 * Portugal era um canto da Europa pouco explorado (Wilikinsom & King, 1999)



* Salários baixos (Goodall, 1909)

* Corridas de touros menos violentas e mais civilizadas do que em Espanha (Goodall, 1909; Robertson, 1988)

* Porto não desilude quando visto de perto (Goodall, 1909)

* Vinho bom, barato e em toda a parte (Muirhead, 929; Bridges & Lowndes, 1949)

* Gastronomia fenomenalmente ampla (Clark, 1962)

* Portugal como uma "pechincha" (Brooks & Brooks, 1985)

* Alojamentos com padrões de conforto, eficiência e limpeza elevados (Robertson, 1988)

* País com estradas que ainda não estavam no padrão europeu (Brooks & Brooks, 1985), onde as autoestradas eram escassas (Lowndes, 1982) e possuíam piso muito fraco (Crawshaw, 1986)

* Gastronomia como saborosa, saudável e surpreendente (Birbaum, 1989)

* Portugueses com uma inata cortesia e gentileza e que preservam valores há muito desaparecidos noutros países (Beresky, 1991; Lowndes, 1982)

* Vinhos em grande mudança de carácter (Robertson, 1988; Hobbs&Adzgian, 1994), mas apenas aceitáveis (Steves, 1988) e a um preço insignificante para os padrões americano (Colbert, 1995), tornando-se na melhor e mais aditiva pechincha (Wilkinson & King (1999)

* Sociedade profundamente católica (Creashaw, 1986) * Catolicismo como o coração da vida portuguesa (Symington, 1999)

* O Porto como não sendo um local que “impressiona de imediato pela sua beleza” (Crawshaw, 1986)

* Vinhos em grande mudança de carácter (Robertson, 1988; Hobbs&Adzgian, 1994), mas apenas aceitáveis (Steves, 1988) e a um preço insignificante para os padrões americano (Colbert, 1995), tornando-se na melhor e mais aditiva pechincha (Wilkinson & King (1999)

10.5. Textos vs. imagens

Durante o período em investigação, a tecnologia tipográfica e fotográfica desenvolveu-se de forma significativa, permitindo aos autores dos guias não só ilustrar os mesmos, mas também ilustrar de forma abundante, como é visível na segunda metade do século XX. Nesta fase importa analisar a relação entre o discurso escrito e o discurso projetado através das ilustrações dos guias. **Destá forma, o discurso textual e o discurso imagético corroboram-se?**

Para este estudo foram analisadas, como se referiu, mais de 1000 fotos/ilustrações presentes nas obras, culminado num estudo quantitativo, que reflete a presença de diferentes elementos.

XIX

Textos: afirmações	Ilustrações: elementos
<p>País com montanhas magníficas, mas sem a magnificência dos Alpes ou Pirenéus (Neale, 1855).</p>	<p>Apesar das várias referências às zonas naturais e às montanhas portuguesas, não foram localizadas ilustrações onde estas surjam em primeiro plano. Ainda assim, é possível encontrar imagens das montanhas em segundo plano em várias ilustrações. Esta ausência de montanhas em primeiro plano pode sugerir que as mesmas não constituíam uma prioridade para os visitantes do país e/ou não eram merecedoras desse destaque.</p> <p><i>Figura 27 Ilustração presente na obra “Travel in Portugal” de 1875</i></p>  <p><i>Fonte: Crawford & Latouche (1875)</i></p>
<p>País desinteressante a sul do Tejo, Trás-os-Montes como uma região mais selvagem do que sublime, enquanto a Estremadura é considerada bonita e o Minho encantador, o paraíso de Portugal (Neal, 1855; Charnock, 1894).</p>	<p>O interesse pelas diferentes regiões fica espelhada na quantidade de ilustrações existentes nos guias. Assim, nos guias do século XIX, foi possível encontrar ilustrações das seguintes localidades:</p>

Porto como uma cidade desinteressante e pobre em monumentos e de ruas escabrosas (O’Shea, 1869; Valverde y Álvarez, 1886b).

Tabela 39 Número de fotos por região/cidade nos guias do século XIX

Minho	Valença	1
	Ponte de Lima	1
	Viana do Castelo	1
Douro Litoral	Porto	11
	Gaia	1
	Amarante	1
Beira Litoral	Coimbra	1
	Batalha	1
Estremadura	Lisboa	12

Se forem excluídos Lisboa e Porto, o **Minho é, embora marginalmente, a região com mais ilustrações nos guias do século XIX**. Confirma-se o **pouco interesse atribuído às regiões a sul do Tejo**, uma vez que não existe qualquer ilustração das mesmas. **Apesar das críticas negativas ao Porto, a cidade surge em bastantes ilustrações neste período**, contrariando o alegado desinteresse defendido por O’Shea (1869) e Valverde y Álvarez (1886b).

Os minhotos como religiosos, mas menos fanáticos do que nas províncias do sul e em Trás-os-Montes (Neale, 1855).

Avaliando as ilustrações que representam igrejas, temos a seguinte distribuição:

Tabela 40 Distribuição geográfica das ilustrações de igrejas

Minho	Ponte de Lima	1
Douro Litoral	Porto	3
	V. N. de Gaia	1
	Amarante	1
Beira Litoral	Coimbra	1
	Batalha	1
Estremadura	Lisboa	2

Desta forma, a **distribuição geográfica das ilustrações de igrejas contraria a teoria apresentada por Neale (1855)**, uma vez que 5 das 10 ilustrações de igrejas nos guias do século XIX são no Douro Litoral e não de Trás-os-Montes, Minho ou das províncias do sul.

XX

Textos: afirmações

Corridas de touros menos violentas e mais civilizadas do que em Espanha, fantástica demonstração de equitação, elegante e audaz. (Wood, 1913; Moore, 1985, Crockett & Crockett, 1930, Robertson, 1988)

Ilustrações: elementos

O touro e o cavalo estão presentes em, respetivamente, 2% e 1,3% das ilustrações dos guias deste século. Soma-se ainda a presença de imagens de forcados (0,2%), cavaleiros/campinos (1.1%), bandarilhas (0,6%) na categoria cultura & tradições.

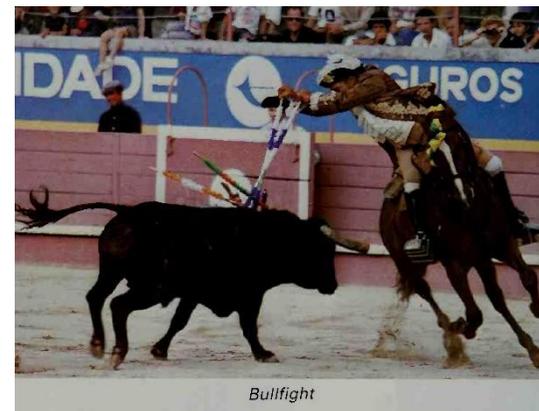
Desta forma, e apesar de serem consideradas elegantes e mais civilizadas do que em Espanha, as corridas de touros no país e os elementos que a ela estão associados, **surgem de forma marginal nos guias do século XX.**

Figura 29 Cavaleiro



Fonte: Wood (1913)

Figura 29 Imagem de uma corrida de touros



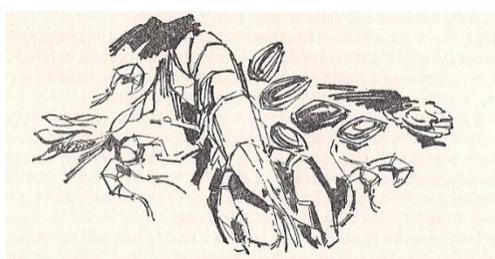
Bullfight

Fonte: Lowndes (1982)

Gastronomia portuguesa saudável e com recurso a produtos frescos (Birnbaum & Birnbaum, 1989; Hill, *et al.*, 1993; Jepson, 1998)

Nas ilustrações analisadas, foi possível, em conjunto, encontrar 20 referências a produtos alimentares frescos, isto é, hortícolas, uvas, outros frutos e marisco. No entanto, as referências a cada um, de forma individual, são escassas.

Figura 31 Gastronomia: Produtos do mar



Fonte: Bradford (1969)

Figura 30 Vindimas



Fonte: Fodor & William (1991)

Vinho bom e barato. (AF, 1962; Bradford, 1969)
Vinho quase sem sabor e aroma. (Michelin, 1970)

Apesar das inúmeras referências ao vinho português, só foram localizadas imagens que remetam diretamente para o mesmo, durante a década de 1990. Apesar do destaque oferecido à gastronomia portuguesa, as ilustrações onde o vinho está presente são escassas.

Assim, o elemento vinho surge em 10 ilustrações, estando presente em apenas 1% das imagens.

Figura 32 Gastronomia e vinhos



Fonte: Page (1998)

Figura 33 Presença do vinho

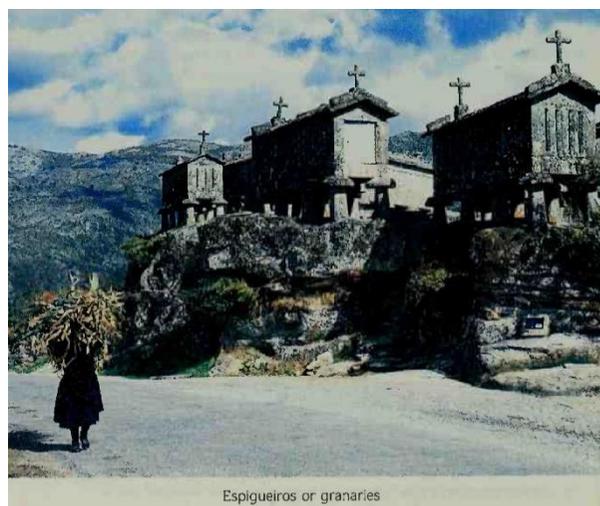


Fonte: Page (1998)

Charme rural do país (Anderson *et al*, 1993; Dixon, 1984)

A ruralidade presente na descrição de uma boa parte dos guias reflete-se também nas respectivas ilustrações. Assim, nos guias do séc. XX, foram localizadas 120 imagens (12% do total) representando um contexto rural (40%), dividindo o protagonismo com as fotos em ambiente urbano (60%) quando tidas em conta as imagens onde foi possível aferir o ambiente onde estas foram captadas. Durante o final do século XX Portugal é ainda apresentado como um destino rural, realidade espelhada pelas imagens onde este ambiente está omnipresente nas imagens e na narração.

Figura 34 Espigueiros e atividades rurais



Espigueiros or granaries

Fonte: Michelin (1998)

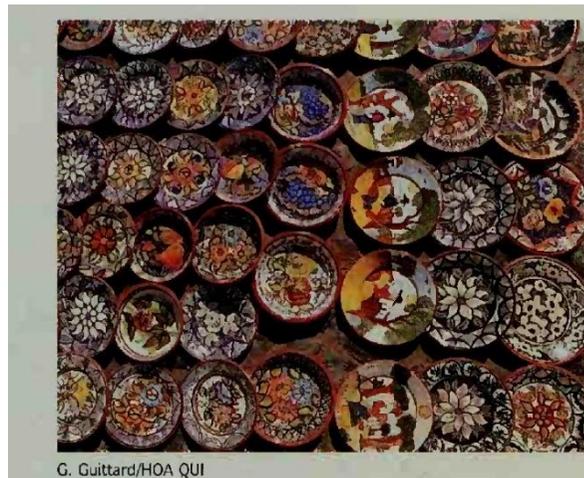
Figura 35 Atividade agrícola



Fonte: Jepson (1998)

O artesanato não tinha desaparecido com a modernização e era “maravilhosamente variado” (Symington, 1999; Moore, 1985).

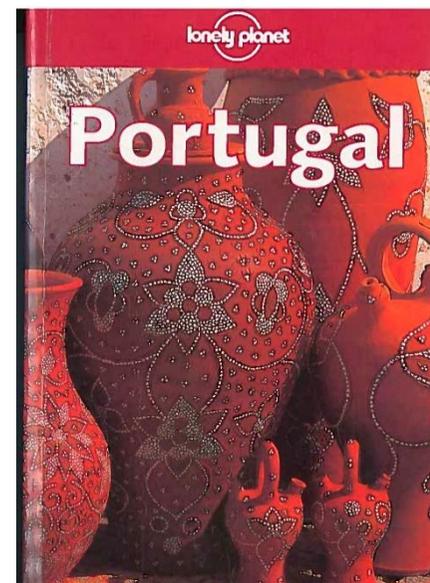
Figura 37 Imagem de olaria artesanal



G. Guittard/HOA QUI

Fonte: Michelin (1997)

Figura 36 Capa de guia com imagem de artesanato



Fonte: Wilkinson & King (1999)

As primeiras ilustrações que remetem para o artesanato português surgem na década de 1960, mas é na década de 1990 que irão ocupar maior destaque. Contudo, das 12 imagens com referências ao artesanato, metade encontram-se concentradas na década de 1990, 2 imagens na década de 1980, 3 imagens na década de 1970 e apenas 1 imagem na década de 1960. O reconhecimento da importância do artesanato português por parte dos guias ocorre na última década do século XX, com as imagens a receber um maior destaque, nomeadamente ao ilustrar capas dos guias. Estas imagens encontram-se de forma quase exclusiva associadas à cerâmica.

Das 1004 fotografias analisadas, Sintra está presente em 34, ou seja, representa cerca de 3,4% de todas as fotos analisadas. Desta forma, Sintra é apenas ultrapassada por Lisboa e Porto no número de fotos.

Tabela 41 Localidades com mais imagens nos guias

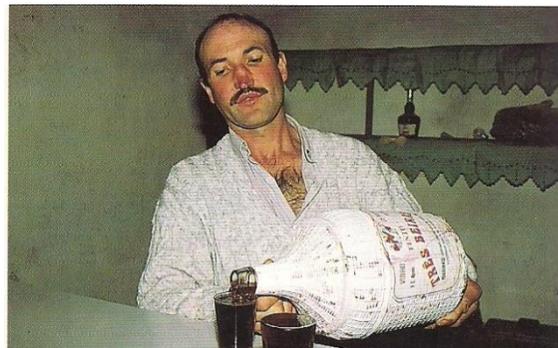
Lisboa	152	15,14%
Porto	55	5,5%
Sintra	34	3,4%
Coimbra	29	2,9%
Évora	25	2,5%
Braga	17	1,7%

Sintra, a localidade famosa pela sua beleza e pelo ar de conto de fadas (Bell, 1912; Goodall, 1909; Tromanhaue & Schwarz, 1991).

O destaque dado a Sintra durante os textos dos guias é acompanhado por um destaque significativo no que diz respeito às ilustrações.

Portugueses como “ávidos consumidores de vinho”, pessoas que “gostam de vinho”. Portugal seria o país com a taxa mais alta de consumo de vinho da Europa *per capita*. (Wood, 1913; Brooks & Brooks, 1985, Cal, 1991)

Figura 39 Quotidiano acompanhado por vinho;



Fonte: Symington (1994)

Figura 39 Gastronomia portuguesa

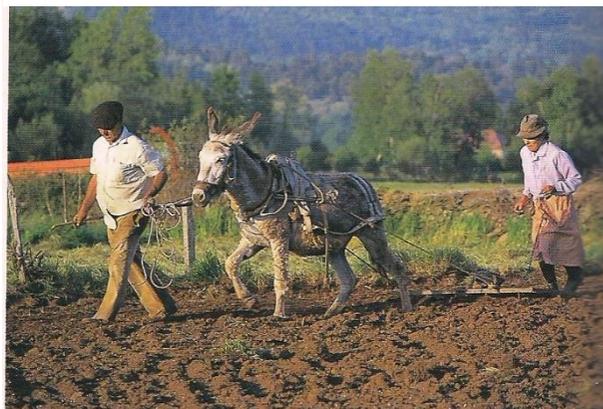


Fonte: Hill et al. (1993)

Apesar do vinho estar presente desde sempre nos guias sobre Portugal, **só foram localizadas imagens que o ilustram na década de 1990**, seja a acompanhar uma imagem abrangente sobre a gastronomia nacional, numa imagens da montra de uma loja ou uma ilustração do quotidiano, **não espelhando a relação próxima e “ávida” dos portugueses com o vinho.**

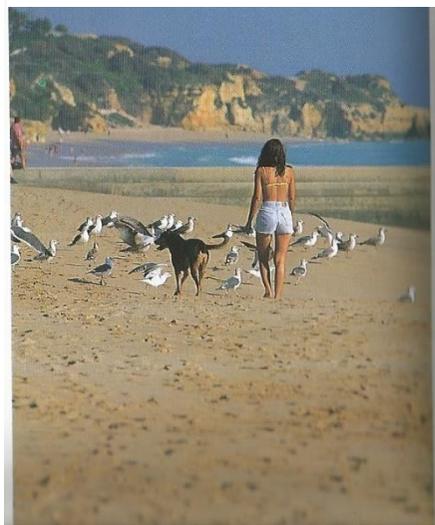
Preto seria a cor mais popular para a roupa em Portugal (Porter, 1994; Evans, 1990).

Figura 41 Quotidiano rural



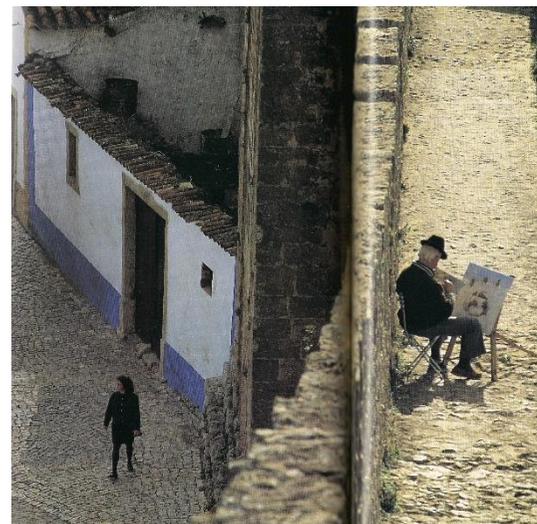
Fonte: Wilkinson & King, 1999

Figura 41 Quotidiano costeiro



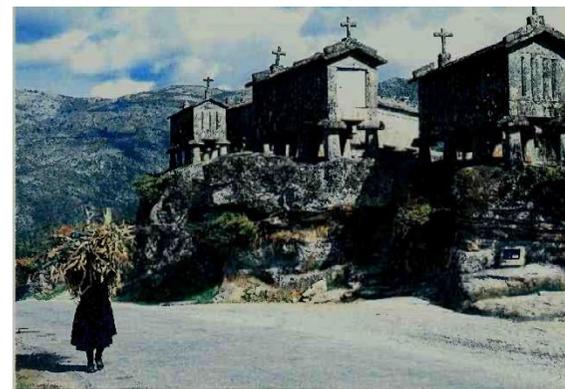
Fonte: Jepson, 1998

Figura 43 Quotidiano rural



Fonte: Jepson, 1998

Figura 42 Quotidiano rural no Minho



Fonte: Michelin, 1997

As imagens contemporâneas (década de 1990) da afirmação de Porter (1994), **corroboram parcialmente esta**. Assim, nesta década, **é possível encontrar com relativa abundância imagens de Portugal onde surgem pessoas vestidas de negro**, sobretudo em ambientes rurais. Todavia, na década de 1990, fica patente uma mutação na forma como os portugueses se vestiam e que é visível nas fotos acima, não havendo grandes restrições à forma de vestir (Anderson *et al.*,1993).

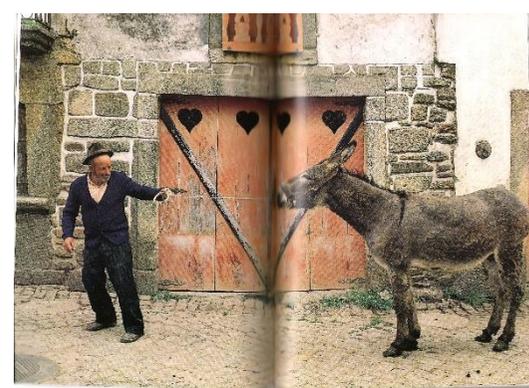
Apesar da afirmação de Anderson (1993), durante a década de 1990, os guias de **Portugal continuam a associar a imagem do país a contextos rurais** e onde os animais fazem parte do quotidiano da agricultura e transporte.

Figura 45 Uso animal no mundo rural



Fonte: Symington, 1999

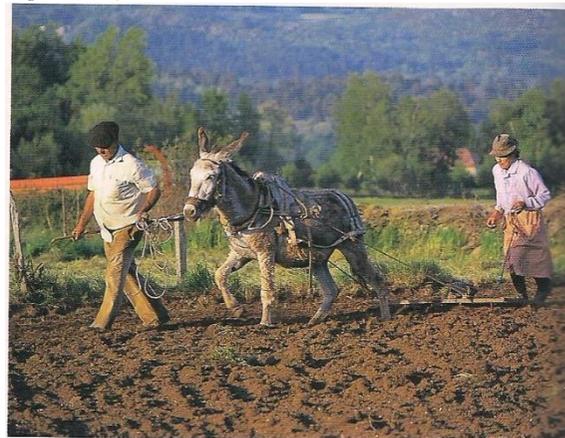
Figura 47 Uso do animal no quotidiano rural



Fonte: Hill, et al., 1993

Visita urgente para quem buscava o pitoresco, já que os tratores estavam a substituir os carros de bois (Anderson, 1993). A indumentária regional estaria a desaparecer sob a nivelção do traje cosmopolita (Proença, 1924).

Figura 44 Quotidiano rural



Fonte: Wilkinson & King, 1999

Cultivate the land by hand.

Figura 46 Recurso ao burro na Beira Alta



Donkey rider in remote

Fonte: Symington, 1999

Apesar da reportada “loucura” dos portugueses por futebol, **foram localizadas apenas duas ilustrações**. Ainda assim, estas ilustrações do guia “Portugal” (1998) da AA Publising são contemporâneas das afirmações de Evans (1990) e Porter (1994), confirmando, ainda que de uma forma contida, a “paixão” dos portugueses.

Loucos por futebol (Evans, 1990; Porter, 1994).

Figura 49 Jogador de futebol



Fonte: Jepson, 1998

Figura 49 Estádio de futebol



Fonte: Jepson, 1998

Tal como noutros casos, **é recorrente a presença de imagens ilustrativas do quotidiano português**, espelhando o pitoresco da paisagem e do dia-a-dia do país.

Figura 50 Quotidiano dos idosos



Fonte: Hill, et al., 1993

Os homens idosos ainda se juntam nas praças das vilas (Jepson, 1998).

A realidade descrita por vários autores é visível pelo número de ilustrações que remetem para contextos religiosos. Do levantamento efetuado foram localizadas 130 ilustrações onde estão

Relação intensa com a religião, profundamente católicos, especialmente no norte. (Bell, 1912; Proença, 1924; Crawshaw, 1986; Symington, 1999; AFIS, 1988; Jepson, 1998)

Figura 52 Panorâmica Ponte de Lima



Fonte: Crawford & Latouche, 1875

Figura 51 Santuário de Fátima



Fonte: Hill, et al., 1993

presentes igrejas, 10 ilustrações no século XIX (26% do total de fotos do século XIX) e 120 no século XX (12% do total de fotos do século XX). Como tal, o número de imagens que remetem para contextos religiosos **encontra-se em consonância com o discurso presente nos guias** no que diz respeito à relação entre os portugueses e a religião, uma vez que a presença do elemento igreja nas ilustrações, possui um elevado peso.

Conclusão

Apesar da visão por vezes decadente relatada por John Neal e anteriormente por Lichnowsky, a paisagem portuguesa é, de uma forma geral, elogiada, em especial a paisagem minhota. O clima do país é recorrentemente considerado um dos “mais privilegiados” (Valverde Y Álvarez, 1886b, p. 888), embora em algumas zonas, nomeadamente no interior, seja igualmente considerado desagradável. No guia de 1855 da editora John Murray, a intervenção do autor no texto traduz-se muitas vezes numa narração com teor opinativo. Numa diferente abordagem, o primeiro guia Baedeker a incluir Portugal opta por uma narração mais distante e não opinativa, excetuando a fase introdutória de contextualização do país, onde conduz o viajante pelas localidades que o compõe.

É notória uma evolução positiva na avaliação que os autores fazem no decorrer do século no que diz respeito às infraestruturas. Também fica igualmente espelhada a inspiração existente entre os guias, com o recurso a expressões semelhante ou iguais para descrever algumas cidades ou atrações.

No que diz respeito às apreciações desenvolvidas pelos autores portugueses, estas são, **de uma forma geral, positivas**, embora a investigação tenha sofrido alguma limitação pelo número de obras de autoria portuguesa disponíveis, realidade essa espelhada no gráfico abaixo. Este facto dificultou a avaliação da evolução da imagem de Portugal nos guias de autoria nacional. Todavia é possível verificar nas obras nacionais os problemas existentes a nível da qualidade de produção industrial, a degradação das acessibilidades, a fraca hotelaria – algo já mencionado por autores estrangeiros contemporâneos – e, por fim, **as “miseráveis” condições de vida de alguns portugueses.** Apesar de tudo, os autores portugueses falam de um país cuja paisagens, história e arquitetura, justificavam a visita.

Ainda relativamente aos guias do século XIX e à semelhança do que é apontado por Freitas (2010), os guias deste período **valorizavam sobretudo os meios de comunicação e os equipamentos existentes em cada destino.** Esta ordem de prioridades ajuda a explicar a grande quantidade de página onde os equipamentos e os meios de comunicação portugueses são criticados de forma positiva ou negativa.

No final do século XX, considerava-se que era necessário divulgar Portugal no estrangeiro, no entanto, Alves (1997, p. 123) defendia que essa tarefa não era “tão fácil como se julga[va], sobretudo quando se pretendia retratar [como] o país [era]” à época,

uma vez que os guias “são frequentemente manuais sem graça, meros repositórios de listagens de monumentos, hotéis e localidades” (Alves, 1997, p. 123), contribuindo para que o visitante se sentisse “circunscrito a roteiros traçados previamente, e avassalado pela epopeia das descobertas, regressando a casa sem ter contactado com a população real” (Alves, 1997, p. 123). Todavia, durante este século, observa-se uma **evolução positiva de Portugal — ainda que não unânime — como destino turístico**, para a qual contribuem decisivamente a **melhoria das infraestruturas, dos transportes e alojamento**, incrementando, desta forma, as viagens independentes, como admitem Hobbs & Adzigian (1994), e contrariando as conclusões de Severo (2013) que defende existir uma visão homogénea do país e uma convergência no modo de ver Portugal por parte dos guias. É a própria Alves (1997, p. 124) que admite que “vão longe os tempos em que Portugal era visto como uma terra atrasada, de gente indulgente e pessimista”.

Apesar da crescente autonomização dos guias dedicados ao país, no final do século XX ainda são produzidos guias dedicados a Portugal e Espanha, e em pelo menos um caso, acrescentando Marrocos, como é o caso do guia de “*Let's Go: Spain, Portugal & Morocco*”, com a primeira edição em 1984/1985. Mais tarde, a partir de 1995 inicia-se uma nova sequência destes guias e Marrocos deixará de estar presente no título, contudo mantém-se presente no conteúdo do livro. Em 1997 Marrocos volta a estar presente no nome destes guias, porém, ao contrário do que acontecera no passado, surge no título apenas como “*including Morocco*”. É também por esta proximidade geográfica e cultural que a comparação entre as características das duas nações e dos respetivos habitantes está bastante presente ao longo do tempo. Embora o país conheça um progressivo desenvolvimento económico e como destino turístico, os guias verdes Michelin mantenham o mesmo texto nas primeiras quatro edições do guia dedicado a Portugal e Madeira, abrangendo um período de 15 anos entre 1970 e 1985. Parte desse texto manter-se-á por um período ainda maior, sendo possível encontrar na edição de 1997 alguns trechos publicados pela primeira vez perto de trinta anos antes. Mantem-se também uma parte significativa dos textos e gravuras, adicionando cor nas últimas ou substituindo-as por fotografias semelhantes. Essa análise permitiu também concluir que, apesar das edições sucessivas de alguns guias, os textos mantêm, regra geral, a mesma estrutura e elementos. Num período de mudanças acentuadas, os guias eram, em alguns casos, atualizados a cada dois ou três anos e a pesquisa feita por via postal. Este espaçamento conduziu a que, em

muitos casos, as sucessivas edições repetissem texto e publicassem informações desatualizadas.

Tabela 42 Comparação entre diferentes edições dos guias *Let's Go*

Autor	Tromanhouse & Schwarz (1991)	Colber (1995)
Guia	Let's go: The budget guide to Spain, Portugal and Morocco 1991	Let's go: The budget guide to Spain & Portugal 1995
	“Hotels are usually more expensive than they're worth”, p.382	“Hotels in Portugal are expensive”, p.492
	“Bargain-hunting tourists into Lisbon's restaurants search of increasingly spill In cheap elusive eats. [...] Lisbon still has some of the least expensive restaurants of any European capital.”, p. 395	“Lisboa has some of Expensive and Wine any European the restaurants best of least capital.”, p. 507
	Portugal has many fine cheeses. The soft, chewy Serra cheese comes from ewe's milk: tangy cabreiro takes its name from goat's milk, p.391	Queijos (cheeses) are fresh and delectable. The soft, chewy serra comes from ewe's milk and costs many a ducat, while tangy cabreiro takes its name from goat's milk., p.493
	Lisbon still has some of the least expensive restaurants of any European capital., p. 395	Lisboa has some of the least expensive restaurants and best wine of any European capital., p. 507

Em 1998, Rick Steves congratula-se com o facto de atualizar os guias da sua autoria anualmente, garantindo que as informações estão corretas no ano de edição do guia. Esta é uma prática detetada e reconhecida por Cole (2018) ao fazer notar que é recorrente os guias sofrerem atualizações no decorrer das sucessivas edições. Todavia, existem exceções. Os guias “Cadogan” para Portugal conhecem uma profunda remodelação entre a 1.^a edição de 1990 e a 4.^a edição de 1998 no que diz respeito ao *design* e organização, contudo os conteúdos textuais mantêm-se apenas com alterações cosméticas apesar das alterações nas infraestruturas do país durante o referido período. Todavia, existem alguns exemplos que contrariam essa tendência, como é o caso dos guias “*Let's Go*” (ver tabela 42), onde no espaço de quatro anos e no mesmo enquadramento textual, surgem descrições diferentes ou, pelos menos, alteradas.

Verifica-se também que, com o passar do tempo, **os guias vão-se tornando cada vez menos opinativos, recorrendo menos à adjetivação**, com os autores a limitarem-se à descrição do território e das atrações ou a factos facilmente observáveis. Todavia, Topler (2018, p. 670) observa que as “opções lexicais, estruturais e gramaticais e técnicas de

escritura [...] nunca são neutras”, procurando “influenciar, persuadir, dirigir, atrair e seduzir o potencial turista para o converter um turista real”.

For many people, a holiday in Portugal means soaking up the sun in the Algarve [...]
(Crawshaw, 1986, p. 9)

Ao longo do século XX fica também patente uma **crecente importância do Algarve como destino, contrastando com o isolamento e ostracização do século XIX**. Em simultâneo e de forma semelhante, a Madeira e os Açores vão ocupando um espaço crescente com o decorrer do século, tornando-se, no caso da Madeira, num dos “mais populares destinos insulares da Europa” (Crawshaw, 1986, p. 141). Todavia, Ian Robertson afirma que os turistas que visitariam as ilhas prefeririam “guias separados e mais leves” (Robertson, 1988, p. 5).

O período entre as décadas de 1970 e 1990 é ocupado quase em exclusividade por guias de origem estrangeira, ainda que em alguns casos os autores tivessem uma ligação familiar e profissional ao país, como é o caso de Susan Lowndes (Marques). Ao longo deste período verifica-se também uma tendência já apontada Tejero (2018) quanto ao aparato bibliográfico dos guias, uma vez que este irá desaparecer, conduzindo à carência de qualquer outro referencial cultural.

Quanto às ilustrações presentes nos guias, **verifica-se uma corroboração parcial da narrativa textual**. É possível encontrar temas transversais aos dois séculos e nos quais as ilustrações e os textos estão em acordo, como a questão da **religiosidade do povo português** e a visão de Portugal como um **último reduto da ruralidade e do pitoresco**. Porém, nem sempre foi encontrada uma conexão entre a veemência utilizada nas palavras e a proporção de ilustrações que representam determinada realidade. Assim, ao longo do tempo verifica-se a manutenção de vários caracteres no que diz respeito às ilustrações de Portugal:

- a) O país rural. Portugal é ilustrado ao longo do hiato temporal em estudo frequentemente como **país essencialmente rural**, através de imagens das atividades agrícolas, de artesanato e de contextos pitorescos, ainda que no século XIX, as ilustrações sejam de forma esmagadora em ambientes urbanos, algo que se irá esbater no século seguinte.

- b) O país subdesenvolvido. São também frequentes as imagens de Portugal como um **país atrasado em relação à restante Europa**, através de ilustrações das atividades de mão de obra intensiva e sem recurso a maquinaria (pesca, agricultura).
- c) O país religioso. As **imagens do património religioso e das festividades religiosas estão omnipresentes nos guias**, sendo as igrejas na categoria arquitetura o elemento mais presente.
- d) O país de tradições. Na segunda metade do século XX, alguns guias congratulam-se com a **manutenção de algumas tradições**, a que é atribuído em parte aos três pontos precedentes.
- e) O país em modernização e convergência. Os guias posteriores à adesão à CEE dão conta de **um país em modernização e em convergência** com os restantes membros, um país onde o desenvolvimento torna urgente a visita para vivenciar a ruralidade e as tradições.

Esta visão coincide parcialmente com as categorias defendidas por Cordeiro (2010). Segundo a autora, os guias (alemães) criam uma construção idílica de Portugal, como “reduto da pré-modernidade, consubstanciada num conjunto de oposições binárias chave: natural/artificial, preservado/destruído, puro/impuro, rural/urbano, arcaico/tecnológico, velho/novo, genuíno/alienado, harmonioso/fracturante, irracional/racional” (Cordeiro, 2010, p. 189). Esta realidade pode ser explicada com as conclusões de del Río & Zúñiga (2006) ao considerarem que os guias não realizam um esforço para atualizar os textos, copiando os antecessores, mantendo assim os elementos essenciais e apresentando um destino que, em muitos casos, já não existe.

V. Síntese e conclusão

11. Principais conclusões da investigação

Este capítulo de encerramento tem como principal objetivo apresentar a síntese do trabalho desenvolvido e a sistematização das conclusões da investigação, dando igualmente espaço à apresentação das limitações, o contributo e a proposta para futuras investigações.

Embora não seja seguida a ordem presente nos objetivos específicos, serão apresentadas as principais conclusões da investigação de acordo com a divisão temporal utilizada na investigação.

A presente investigação revela, sobretudo, um **país multifacetado**, passando por vários momentos de desenvolvimento como destino. A análise aos guias de viagem não pode ser desenvolvida sem algumas precauções, nomeadamente no que diz respeito ao período em que estes foram criados e a nacionalidade do autor, uma vez que estes refletem a cultura de origem e o contexto em que foram gerados. Assim, a forma como os guias foram edificando as expectativas dos leitores foi-se ajustando à respetiva época e à conjuntura da indústria turística. Com o desenvolvimento do turismo, da literacia e um maior contacto entre os povos, estes tornaram-se menos dependentes do imaginário. Por estas razões, os mitos e estereótipos foram-se também alinhando com a época da publicação das obras.

No século **XIX Portugal** era ainda um **destino desconhecido** e **distante** para a grande parte dos europeus, foi aliás considerado por Neal (1855, p. ix) como o país “mais desconhecido da Europa para um inglês”. Essa realidade refletir-se-á nos guias de autoria estrangeira. O desconhecimento é, segundo os autores, fruto da falta de topografia, relatos de viagens, bem como da quase **inexistência de estradas e alojamentos**, sendo **os existentes de características primitivas**. A **insignificância de Portugal como destino** durante o século XIX fica igualmente visível nas poucas páginas a ele dedicadas em obras cujo **protagonismo cabia a Espanha**.

Dadas as inconveniências da viagem a Portugal, a **maior atração do país era a paisagem**, todavia esta nunca teria a magnificência das montanhas do centro da Europa. Apesar da análise dos autores não ser uniforme e por vezes até contraditória, é possível efetuar uma divisão geográfica do país de acordo com as críticas apresentadas. Assim, o

norte, em especial o **Minho, reúne a preferência dos autores** no que diz respeito à paisagem, contrastando com a referência ao **subdesenvolvimento e desinteresse transmontano**. Este tipo de crítica está presente especialmente na primeira metade e na viragem para a segunda metade do século XIX. No final do século é possível assistir a comentários mais positivos ao país com alguns autores a defenderem que **nenhum outro país possui maior variedade natural**, nem oferecia uma **tão rica série de mudanças de paisagem**. No que diz respeito aos **portugueses** e à **sociedade portuguesa**, é possível efetuar um paralelismo em relação à análise da paisagem. Se a paisagem minhota reunia a preferência de grande parte dos autores, são também os habitantes desta região que são descritos de forma mais positiva. Mais uma vez e, tal como na paisagem, **os minhotos contrastam com os transmontanos**, rudes e semibárbaros. Apesar de todas as críticas à paisagem portuguesa e ao caráter dos habitantes, o desenvolvimento do país será o motivo de maior desaprovação do destino. Assim, os autores estrangeiros oitocentistas, relatam um **país subdesenvolvido, onde grassava a pobreza e a insalubridade, a gastronomia era má tal como os alojamentos**. Neste século a **crítica negativa é generalizada**, estendendo-se também à arquitetura e arte religiosa que, excetuando alguns casos, seria **dos países mais desinteressantes da Europa**.

No século XIX os guias de autoria portuguesa são em número limitado, levando a que, neste período, o espetro da análise se alargasse aos guias que não respeitam a norma criada por Baedeker e Murray. Porém, foi possível extrair algumas conclusões sobre a forma como os autores portugueses apresentavam o seu país aos turistas. Em contraste com as obras estrangeiras, os autores portugueses apresentam uma **permanente exaltação à paisagem nacional**, encontrando paralelo apenas na Itália e Suíça. A par de Espanha, estes são também os países usados pelos autores estrangeiros como ponto de comparação. No que diz respeito aos portugueses, a informação é praticamente inexistente, havendo apenas um pequeno apontamento de Machado (1872) para a não existência de classes privilegiadas em Lisboa, **contrastando assim, com a realidade de pobreza vivida e relatada pelos autores estrangeiros**. Em comum com os comentários de autores estrangeiros estão as **críticas às infraestruturas de transporte e alojamento**.

Depois de se assistir no final do século XIX a um progressivo atenuar do foco negativo sobre o país, é no século XX que Portugal começa a ser narrado pelos estrangeiros como um **país merecedor de uma viagem no seu todo**. Para tal contribuem as **análises mais positivas à paisagem de norte a sul**, mesmo nos locais cuja apresentação havia sido

extremamente negativa. Desta forma Portugal passa a ser apreciado como um “**país surpreendentemente bonito**”, “**mais bonito do que muitos esperariam**”, “**encantador**”, entre outros. É também neste período que a identidade portuguesa começa a ser realmente valorizada e diferenciada da espanhola, estando, ainda assim, a comparação entre os dois povos muito presente nas obras. A **qualidade vinhos é alvo de uma discórdia** entre os autores deste período, ainda que a **avidez pelo vinho** seja relatada no início e fim de século, mantendo-se uma marca do povo português. Mais unânime, a **gastronomia**, contrariando as versões do século anterior, é apresentada com adjetivos **como prazerosa, surpreendente, saudável e fresca**. A forma de vestir dos portugueses é um dos temas que demonstram o progresso do país ao longo do século. No início do século os autores descrevem as **vestes tradicionais e pitoresca**, enquanto na década de 1960, é testemunhada uma “**lenta mudança**” nos costumes, nomeadamente no que diz respeito ao vestuário. No final do século e apesar do preto ser “provavelmente a cor mais popular para as roupas em Portugal” (Porter, 1994, p. 17), era possível encontrar “uma **geração mais jovem vestida com jeans e camisolas ao estilo ocidental**” (AFIS, 1988, p. 22), espelhando uma convergência com os países mais desenvolvidos no que diz respeito aos hábitos. Já no que diz respeito às infraestruturas, são assinalados progressos, contudo ainda não eram satisfatórios. Apesar de alguns autores darem relevo à extensa rede ferroviária do país, as análises são mistas e tendencialmente piores com o passar das décadas. Se no início do século as condições seriam semelhantes às espanholas, na década de 1960 as linhas eram percorridas por **comboios modernos e rápidos**, coexistindo com **outros velhos**, na década de 1990, o sistema de transporte ferroviário é considerado apenas aceitável. Regista-se, no entanto, um grande progresso no que diz respeito ao alojamento. Este era no início do século especialmente mau nas pequenas localidades, progredindo para elevados padrões de conforto, eficiência e limpeza nas décadas de 1980 e 1990.

No século XX já é possível encontrar um número maior de guias de autoria nacional quando comparado com o século anterior, ainda que esse número seja também bastante limitado. Mais uma vez assiste-se a uma quase permanente **glorificação da paisagem portuguesa**. Apesar de ser uma característica transversal a quase todos os guias, as obras nacionais deste período são **férteis no recurso ao estereótipo** ao enumerarem os diferentes tipos de portugueses existentes no território nacional. Apesar da referida glorificação e exaltação da paisagem e dos portugueses, os guias admitem algumas dificuldades no que diz respeito às infraestruturas no país, sejam elas de transporte ou alojamento. Em

consonância com os autores estrangeiros está o facto de os portugueses surgirem nas obras como sendo um **povo extremamente religioso**.

Como referido, se no século XIX e até meados do século XX Portugal é apresentado como um **país/destino subdesenvolvido**, esta narrativa irá inverter-se no último quarto do século XX. Esta realidade é visível no discurso textual, mas igualmente no discurso visual, assistindo-se a uma presença de elementos que remetem para o subdesenvolvimento e para o ruralismo do país em grande parte do período analisado. Precisamente na análise aos dados visuais foi possível extrair alguma informação que corrobora os dados textuais.

Sendo Portugal, no século XIX e segundo os autores dos guias, um **país essencialmente rural e sem grandes motivos de interesse fora das cidades**, os **dados visuais presentes nos guias vieram confirmar** precisamente as prioridades dos responsáveis pelas obras, uma vez que estas se centram em grande parte em Lisboa (32%) e Porto (12%), sendo 95% das ilustrações em ambiente urbano. Esta realidade é especialmente visível nas ilustrações do século XIX, onde a esmagadora maioria das fotos são das duas cidades. **A confirmar a religiosidade do povo português**, mas contrariando, no entanto, a afirmação de Neal (1855) que defendia a tese de que Portugal seria um país desinteressante em termo eclesiológicos, a análise aos dados visuais revela que 48% das ilustrações de elementos de arquitetura e património são igrejas. Igualmente **contrariando também os autores** que apresentavam o Minho como a região com maior fervor religioso, as ilustrações demonstram que grande parte das igrejas representadas se localizavam no Douro Litoral e Beira Litoral. Nos guias do século XX o número de ilustrações, em especial nas últimas décadas deste, aumentou de forma exponencial, fazendo que a análise fosse mais representativa. Em comparação com o século passado, verifica-se uma **discrepância entre ilustrações de ambientes urbanos** (60%) e rurais (40%), confirmando a imagem de um país onde, apesar da evolução ao longo das décadas, a **ruralidade ainda tinha um peso significativo**. Durante o século XX, Portugal é também bastante associado às praias e ao litoral, em especial ao litoral sul. Desta forma, entre os elementos paisagísticos, a praia (16%) e o mar (22%) são dos mais presentes. No que diz respeito aos elementos que remetem para as tradições e cultura do país, o elemento **traje** foi, com grande destaque, o **elemento mais presente**, ilustrando com frequência as festas e romarias, bem como os estudantes universitários. Por fim, o estudo dos dados visuais do século XX possibilita ainda o encontro de informações coincidentes com o discurso textual. Tendo em conta o contexto em que as imagens são recolhidas, conclui-se que 60% representam um **contexto**

predominantemente masculino, espelhando assim uma **sociedade onde o “«machismo» Latino”** (Jepson, 1998, pp. 250–251) **se mantinha**. As últimas décadas do século XX vêm também confirmar a importância do artesanato para a imagem do país, não tendo desaparecido com a modernização (Moore, 1985; Symington, 1999). Esta concentração de imagens relacionadas com o artesanato no final do período em análise, pode estar relacionada com perda de valor funcional de alguns produtos concebidos de forma artesanal, tornando-se assim, artigos particularmente populares entre os turistas, bem como, artigos que espelham imagem da cultura nacional. Como referido acima, a forma como os portugueses se vestiam também era alvo de alguns reparos. Alguns guias, nomeadamente na década de 1990, defendem que o **preto era a cor mais popular** para a roupa, enquanto outros afirmam que já era possível ver os mais jovens com roupas ao estilo ocidental. De facto, as **ilustrações corroboram de forma parcial esta visão**, sendo possível encontrar ilustrações que confirmam as duas versões.

Como referido anteriormente, os guias refletem também a origem dos autores, bem como a quem se dirigem. Se durante o século XIX e parte do século XX se verifica uma certa visão a partir das culturas britânica e alemã, com o decorrer das décadas, a convergência económica e um maior conhecimento entre os povos, conduziu a uma **atenuação na presença dos estereótipos e mitos**, mas **nunca à sua extinção**. Uma vez que nem todos os estereótipos são negativos, que **autores nacionais alimentam auto-estereótipos** e que, em alguns casos, são os próprios destinos que fomentam os mitos, a total extinção deste tipo de discurso dificilmente se apagará, podendo até ser indesejável.

A análise permitiu-nos desta forma responder aos objetivos do estudo, possibilitando a compreensão do progresso da imagem de Portugal como destino, na perspetiva dos autores estrangeiros e portugueses, contribuindo assim, para um melhor conhecimento da evolução do país como destino.

11.1. Limitações do estudo e recomendações para futuras investigações

A localização dos guias revelou-se uma tarefa árdua, obrigando à criação de um critério de seleção das obras a analisar. O formato Baedeker-Murray conduziu a escolha das obras a analisar no longo hiato temporal em investigação, período esse, onde se verificaram grandes mudanças no turismo em Portugal, nas técnicas de edição e impressão

e na indústria livreira. Foram assim selecionadas as obras que se se debruçassem sobre todo o território português, com ou sem territórios ultramarinos, ilhas e Espanha, abrindo-se apenas uma pequena exceção para os guias de autoria portuguesa do século XIX que, pela sua escassez, foram definidos como obras alvo. Durante o levantamento bibliográfico surgiu o mesmo problema relatado por Tejero (2016). Os catálogos das diferentes bibliotecas consultadas apresentaram critérios de catalogação distintos, havendo ainda duplicações, ausências e erros de catalogação. Esta dificuldade conduziu ao recurso a diferentes palavras-chave (guia, *guidebook*, *guide*, *travel guide*, guia de turismo, guia de viagem, entre outros) na pesquisa dos guias. A presente investigação debruçou-se também sobre um quadro temporal muito extenso onde, tal como admite novamente Tejero (2016), ocorreram mutações notáveis neste tipo de obras. A estas dificuldades acresce ainda a impossibilidade de localizar e consultar as sucessivas edições dos guias.

Apesar de representarem um *corpus* de análise rico, os guias apresentam várias limitações à investigação. Durante o desenvolvimento da investigação foi possível encontrar as seguintes limitações:

1) Apesar da vasta lista de guias sobre Portugal produzidos no período em estudo, **nem todos se encontram acessíveis à consulta e análise**. Foram localizados guias estrangeiros, mas que não terão sido publicados em Portugal, uma vez que não se encontram presentes no catálogo da Biblioteca Nacional e, em alguns casos, não se encontram nas maiores bibliotecas europeias. Como tal, estes guias têm de ser excluídos da análise, não nos parecendo, contudo, que devam ser excluídos da lista onde constam os guias produzidos no período em análise.

2) O **acesso às edições sucessivas dos diferentes guias também se revela uma tarefa complexa e de difícil execução**. Grande parte dos guias publicados conheceu apenas uma edição, ainda assim, outros prolongam-se por décadas em edições sucessivas, ainda que sem alterações de fundo. Todavia, são raros os casos em que é possível consultar as diferentes edições.

3) A **escassez de guias de autores e editoras portuguesas e em português**, dificultou a tarefa de análise aos guias nacionais;

4) A **quase inexistência de guias de autores portugueses editados no século XIX** obrigou a um alargamento do espetro de análise definido no início da investigação.

5) A **grande dispersão dos guias** por diferentes bibliotecas, desde a Biblioteca Nacional a bibliotecas municipais e distritais ou até *online* com exemplares digitalizados, dificulta o foco num só acervo ou fonte.

6) Grande **dificuldade em aceder a guias de autores estrangeiros** nas bibliotecas nacionais, compensada pela disponibilização em algumas plataformas *online* de guias digitalizados.

7) Por ser um tema pouco explorado, existe ainda **pouca literatura produzida** a nível nacional e internacional.

8) Os guias desenvolvem apenas um ponto de vista sobre o local (Antonescu & Stock, 2014). Apesar de esta ser uma limitação, apresenta-se também como uma oportunidade à confrontação com outros autores e períodos.

9) A **qualidade das fotografias/imagens** presentes nos guias limita a perceção dos elementos presentes na mesma, principalmente depois de ser feita a digitalização das páginas.

Apesar das barreiras encontradas e das limitações da presente investigação, **o objetivo geral foi alcançado**, permitindo obter uma resposta à questão de investigação.

11.2. Contributos

A presente tese procurou fornecer um conhecimento aprofundado sobre a presença de Portugal nos guias de autoria portuguesa e estrangeira ao longo de dois séculos, permitindo **clarificar a imagem do país** como destino, ao longo de um hiato temporal significativo e de diferentes perspetivas.

Recorrendo a uma abordagem sobretudo qualitativa, com a análise dos textos dos guias a ocupar grande parte da tese, optou-se também por uma abordagem quantitativa no estudo das imagens. Esta abordagem mista permite obter diferentes *outputs* de duas fontes de diferentes naturezas, possibilitando, assim, o confronto entre estas.

Os resultados obtidos no decorrer da investigação vêm enriquecer os conhecimentos já existentes sobre a imagem do país. Assim, o estudo empírico localizado no capítulo IV, permitiu **desenvolver contributos para diferentes setores de investigação**, nomeadamente, ao nível da análise de materiais promocionais, estudo da imagem de Portugal como destino e à produção de literatura de viagens.

A presente investigação produziu **contributos para o estudo dos guias e das suas ilustrações**, ao efetuar um inventário aos guias produzidos sobre Portugal em dois séculos e de autoria/edição nacional e estrangeira, apresentando igualmente os autores e editores das mesmas, permitindo assim clarificar a imagem do país presente nos guias de dois séculos. Em simultâneo apresentou uma **quantificação e um estudo crítico** à forma como os guias abordam o país ao longo de um período alargado, produzindo conhecimentos aprofundados sobre os guias a respeito de Portugal desde a sua génese, bem como do discurso textual e iconográfico. Por esta via **localizou e expôs as diferenças e similitudes no discurso** entre autores portugueses e estrangeiros. Ao analisar as ilustrações, permitiu igualmente **encontrar similitudes e incongruências entre o discurso textual e as ilustrações**. Esta análise deu a conhecer que o discurso imagético do século XX dá ênfase à arquitetura, principalmente a religiosa e a um país rural, mas costeiro e com história, enquanto o discurso do século anterior se foca sobretudo em zonas urbanas e na arquitetura das mesmas.

No que diz respeito aos contributos para o estudo da atividade turística em Portugal e da imagem do país, a investigação **desenvolveu contributos para o estudo da história do turismo em Portugal**, proporcionando a localização de bibliografia de relevo para o estudo da indústria do turismo no país. Por fim, deu a conhecer a **imagem do país segundo os guias de dois séculos**, demonstrando que esta se manteve no essencial como a de um país rural. Todavia, no final do século XX observa-se um novo discurso sobre o país, dando a conhecer um território em desenvolvimento económico, social e a nível de infraestruturas.

Em termo profissionais, a investigação permitiu a **aquisição de competências ao nível da investigação na área da literatura de turismo** e possibilitou o **levantamento de informação para futuras investigações na área**.

11.3. Propostas para futuras investigações

Dadas as limitações encontradas pela investigação, seria importante no futuro efetuar uma investigação aprofundada junto das editoras e das bibliotecas/arquivos sobre as obras existentes, bem como das edições publicadas, procurando ultrapassar a dificuldade de localização e acesso a todos guias produzidos. No futuro seria igualmente importante analisar, eventualmente com recurso a ferramentas de OCR (Reconhecimento Ótico de Caracteres) e de forma integral os textos dos guias, efetuando um **estudo comparativo, não só de edições sucessivas, mas também com as edições dedicadas a outros países**. Seria também importante investigar a tiragem de cada uma das edições dos guias, desenvolvendo um estudo comparativo com a evolução das entradas de turistas em Portugal.

No que diz respeito à análise das ilustrações das obras, seria importante contrastar as diferentes leituras possíveis sobre as mesmas, admitindo que cada indivíduo poderá efetuar uma diferente leitura perante a mesma imagem, aferindo, assim, a eficácia da transmissão de uma mensagem. Neste sentido, seria oportuno efetuar **um estudo mais alargado às ilustrações**, analisando todas as imagens tendo em conta a dimensão das mesmas, estudando a forma como estas foram organizadas e priorizadas de acordo com o objeto representado. Ainda no que diz respeito às ilustrações, seria **importante analisar as imagens de acordo com a fonte**, isto é, de acordo com a editora, comparando, assim, a narrativa visual proporcionada por cada empresa.

Por fim, será importante **compreender a lógica editorial** por trás da produção das obras, respondendo assim à dúvida existente quanto ao critério usado na publicação de novas edições e nas atualizações introduzidas nas mesmas.

Referências bibliográficas

- Abreu, J. A. P. (1865). *Roteiro do viajante no continente e nos caminhos de ferro de Portugal em 1865*. Imprensa da Universidade.
- AF (Ed.). (1962). *A pocket guide to Portugal*.
- AFIS (Ed.). (1988). *A Pocket guide to Portugal and the Portugese Azores*.
- Alacovska, A. (2013). “Parachute Artists” or “Tourists With Typewriters”: Creative and Cocreative Labor in Travel Guidebook Production. *Communication, Culture & Critique*, 6(1), 41–63. <https://doi.org/10.1111/cccr.12004>
- Alacovska, A. (2017). The history of participatory practices: rethinking media genres in the history of user-generated content in 19th-century travel guidebooks. *Media, Culture and Society*, 39(5), 661–679. <https://doi.org/10.1177/0163443716663642>
- Albers, P. C., & James, W. R. (1988). Travel photography. A methodological approach. *Annals of Tourism Research*, 15(1), 134–158. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(88\)90076-X](https://doi.org/10.1016/0160-7383(88)90076-X)
- Albu, C.-E. (2013). Stereotypical Factors in Tourism. *Cross-Cultural Management Journal*, 15(1), 5. <http://ezproxy.leedsbeckett.ac.uk/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edb&AN=102015131&site=eds-live&scope=site>
- Albuquerque-García, L. (2011). El relato de viajes: histos y formas en la evolución del género. *Revista de literatura*, 73(145), 15–34. <http://relatodeviajes.com/wp-content/uploads/2016/06/2011-Relato-de-viajes-evolucionGenero.pdf>
- Allen, E. (1996). “Money and little red books”:: Romanticism, tourism, and the rise of the guidebook. *Lit: Literature Interpretation Theory*, 7(2–3), 213–226. <https://doi.org/10.1080/10436929608580179>
- Almanaque-Guia de Turismo*. (1943). Edições Turismo.
- Alves, L. (1997). Recensão crítica. *Revista de estudos Anglo-Portugueses*, 7.
- Anderson, J., Cal, M. de la, Cal, T. de la, Garmey, J., Howe, M., Gast, D. V., & Hunt, C. (1990). *Guide to Portugal* (A. Tucker (Ed.); 1.^a). Penguin Books.
- Anderson, J., De La Cal, T., Freeman, J. T., Howe, M., Kaplan, M., & Lippmann, I. (1993). *Portugal* (A. Tucker (Ed.)). Berlitz Publishing Company.
- Andsager, J. L., & Drzewiecka, J. A. (2002). Desirability of differences in destinations. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 401–421. <https://doi.org/10.1016/S0160->

- Anisimov, E. V., Bekasova, A., & Kalemeneva, E. (2016). Books that link worlds: travel guides, the development of transportation infrastructure, and the emergence of the tourism industry in imperial Russia, nineteenth–early twentieth centuries. *Journal of Tourism History*, 8(2), 184–204. <https://doi.org/10.1080/1755182X.2016.1202333>
- Antelmi, D. (2011). Guías turísticas, intertextualidad y memoria discursiva: las Guías de Italia en lengua francesa. Em M. V. Calvi & G. Mapelli (Eds.), *Linguistic Insight - Studies in language and communication*. Peter Lang.
- Antelmi, D., & Santulli, F. (2012). Travellers' memories : the image of places from literature to blog chatter. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10, 13–24. www.pasosonline.org
- Antonescu, A., & Stock, M. (2014). Reconstructing the globalisation of tourism: A geo-historical perspective. *Annals of Tourism Research*, 45, 77–88. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.12.001>
- Antunes, M. (2001). Mito. Em *Enciclopédia Luso-Brasileira de Cultura* (pp. 68–74). Verbo.
- Assunção, P. de. (2012). *História do turismo no Brasil entre os séculos XVI e XX*. Manole. <https://books.google.com.br/books?id=IKkfDeeghzUC>
- Avraham, E. (2004). Media strategies for improving an unfavorable city image. *Cities*, 21(6), 471–479. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2004.08.005>
- Avraham, E., & Ketter, E. (2016). *Tourism Marketing for Developing Countries*. Palgrave Macmillan UK. <https://doi.org/10.1057/9781137342157>
- Azevedo, A. (2017). Significados latentes na fotografia em turismo: o caso do turismo negro na Costa Morte (Galiza). *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15(4), 1001–1015. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2017.15.05267>
- Badmington, N. (2009). Introduction. Em *Mythologies*. Vintage Classics.
- Baedeker, K. (1898). *Spain and Portugal: handbook for travellers*. Karl Baedeker Publisher.
- Baedeker, K. (1913). *Spain and Portugal: handbook for travellers* (4.^a). Baedeker.
- Bahena, F. L. (2013). The promotion of tourism in Spain: From stereotype to brand image. *Tourism and tourist promotion around the world: a linguistic and socio-cultural perspective*.
- Ball, M., & Smith, G. (1992). *Analyzing Visual Data*. SAGE Publications, Inc.

<https://doi.org/10.4135/9781412983402>

- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868–897. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00030-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00030-4)
- Ban, H. (2008). *Metrical Linguistic Analysis of English Guidebooks for Hokuriku Region in Japan*. 2195, 2560–2565.
- Ban, H., & Oyabu, T. (2012a). *Linguistic Characteristics of English Guidebooks for Hokuriku Region in Japan*.
- Ban, H., & Oyabu, T. (2012b). Text mining of English guidebooks for Hokuriku region in Japan. *IS'2012 - 2012 6th IEEE International Conference Intelligent Systems, Proceedings*, 326–331. <https://doi.org/10.1109/IS.2012.6335237>
- Banks, M. (2007). *Using Visual Data in Qualitative Research*. SAGE Publications Ltd. <http://methods.sagepub.com/book/using-visual-data-in-qualitative-research>
- Banks, M. (2009). *Dados Visuais Para Pesquisa Qualitativa - Coleção Pesquisa Qualitativa*. Bookman.
- Barbosa, H. (1994). Estereótipo. Em *Moderno dicionário da Língua Portuguesa* (p. 993). Lexicultural.
- Barreira, I. (2005). Os guias turísticos em Berlim. *Tempo Social*, 17(1), 299–320. <https://doi.org/10.1590/S0103-20702005000100013>
- Barros, V. G. (2016). *Turismo em Portugal*. Fundação Francisco Manuel dos Santos.
- Barthes, R. (1977). Rhetoric of the Image. Em *Image - Music - Text* (pp. 32–51). FontanaPress.
- Barthes, R. (2009). *Mythologies*. Vintage Classics.
- Bassalo, L. de M., & Weller, W. (2011). Imagem fotográfica: registros de visões de mundo. *XV Congresso Brasileiro de Sociologia*.
- Bastos, S. R., & Nova, M. R. (2012). Guias de Viagem e de Turismo da Cidade de São Paulo (1924 e 1954): hospitalidade e patrimônio. *Revista Turismo em Análise*, 23(3), 509. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v23i3p509-526>
- Baudrillard, J. (2002). El éxtasis de la comunicación. Em H. Foster (Ed.), *La posmodernidad* (pp. 187–197). Kairós.
- Bazeley, P. (2013). *Qualitative Data Analysis: Practical Strategies* (J. Seaman (Ed.)). SAGE Publications.
- Beck, W. (2006). Narratives of World Heritage in Travel Guidebooks. *International*

- Journal of Heritage Studies*, 12(6), 521–535.
<https://doi.org/10.1080/13527250600940207>
- Bell, A. (1912). *In Portugal*. John Lane.
- Bell, C., & Lyall, J. (2004). ‘I was here’ - Pixilated evidence. Em D. Crouch, R. Jackson, & F. Thompson (Eds.), *The Media and the Tourist Imagination*. Routledge.
- Bell, P. (2001). Content analysis of visual images. Em T. Van Leeuwen & C. Jewitt (Eds.), *The Handbook of Visual Analysis* (pp. 10–34). SAGE Publications.
- Bender, J., Gidlow, B., & Fisher, D. (2013). National stereotypes in tourist guidebooks: An Analysis of Auto- and Hetero-stereotypes in Different Language Guidebooks about Switzerland. *Annals of Tourism Research*, 40(1), 331–351.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.08.006>
- Bengtsson, M. (2016). How to plan and perform a qualitative study using content analysis. *NursingPlus Open*, 2(1), 8–14. <https://doi.org/10.1016/j.npls.2016.01.001>
- Benmansour, K. (2011). *In Portugal (1912): Aubrey Bell's depiction of Portuguese society under the First Republic*. [Universidade Nova de Lisboa].
[https://run.unl.pt/bitstream/10362/7215/1/Katarzyna Benmansour%2C 28410%2C In Portugal.pdf](https://run.unl.pt/bitstream/10362/7215/1/Katarzyna%20Benmansour%2C%2028410%2C%20In%20Portugal.pdf)
- Bergman, B. (2012). Guides to a geography of tourism. *Belgeo*, 3.
<https://doi.org/10.4000/belgeo.7176>
- Bergmeister, F. M. (2015). Shaping Southeast Asia: Tracing Tourism Imaginaries in Guidebooks and Travel Blogs. *Austrian Journal of South - East Asian Studies*, 8(2), 203–208. <https://doi.org/10.14764/10.ASEAS-2015.2-6>
- Bhatia, A. K. (2006). *The Business of Tourism: Concepts and Strategies*.
<https://books.google.pt/books?id=hVevHV-izi8C&pg=RA1-PR30&lpg=RA1-PR30&dq=tourist+nineteenth+century+profile&source=bl&ots=oJKKNfJu1K&sig=np9O5rbmTHcnGoS20nglytPKIbs&hl=pt-PT&sa=X&ved=0ahUKEwia4O3Mh4LZAhWJ7BQKHbWpCk8Q6AEIODAG#v=onepage&q=nineteenth&f=fals>
- Bhattacharyya, D. P. (1997). Mediating India: An analysis of a guidebook. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 371–389. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)80007-2](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)80007-2)
- Birnbaum, A. M., & Birnbaum, S. (Eds.). (1989). *Birnbaum's Spain&Portugal 1990*. Houghton Mifflin Company/ Boston.
- Björk, P., & Kauppinen-Räsänen, H. (2017). A destination's gastronomy as a means for

- holiday well-being. *British Food Journal*, 119(7), 1578–1591. <https://doi.org/10.1108/BFJ-09-2016-0394>
- Bock, A., Isermann, H., & Knieper, T. (2011). Quantitative Content Analysis of the Visual. Em L. Pauwels & E. Margolis (Eds.), *The SAGE Handbook of Visual Research Methods* (pp. 265–282). SAGE Publications.
- Bohnsack, R. (2010). The Interpretation of Pictures and the Documentary Method. Em R. Bohnsack, N. Pfaff, & W. Weller (Eds.), *Qualitative Analysis and Documentary Method in International Educational Research*. Barbara Budrich Publishers.
- Bonin, S. (2001). Paysages et représentations dans les guides touristiques. *L'Espace géographique*, tome 30(2), 111–126.
- Bordalo, J. J. (1853). *Novo Guia do Viajante em Lisboa e seus arredores* (1.^a). J.J. Bordalo.
- Bordalo, J. J. (1863). *Novo Guia do Viajante em Lisboa e seus arredores* (2.^a). J.J. Bordalo.
- Boyer, M. (1996). *L'invention du tourisme*. Gallimard.
- Bradford, S. (1969). *Portugal and Madeira: A guide and gazetteer*. Ward Lock.
- Branco, D. (2010). Os Guias de viagem como fonte de investigação geográfica. *Actas do XII Colóquio Ibérico de Geografia*.
- Brandis, D. (2010). Los relatos de viajes en la construcción de la imagen de la ciudad. Itinerarios de viajeros extranjeros en el Madrid de los siglos XVI, XVII y XVIII. *Ería*, 83, 311–325.
- Bratt, J. (2018). Return to the east: Tourism promotion as legitimation in Qiandongnan, China. *Tourist Studies*, 18(1), 21–40. <https://doi.org/10.1177/1468797617711575>
- Brendon, P. (1991). *Thomas Cook: 150 years of popular tourism*. Secker&Warburg.
- Bridge, A., & Lowndes, S. (1949). *The Selective Traveller in Portugal*. McGraw-Hill Book Company.
- Brito, S. P. (2003). *Notas Sobre a Evolução do Viajar e a Formação do Turismo*. Medialivros.
- Brito, S. P. (2011). *Direcção-Geral do Turismo: Contributos para a sua história*. Turismo de Portugal.
- Brooks, L., & Brooks, P. (1985). *Spain and Portugal 1985* (R. C. Fisher (Ed.)). Fisher Travel Guides, Inc.
- Brotherton, B. (2015). *Researching Hospitality and Tourism* (2.^a). SAGE Publications.
- Bruce, D. M. (2010). Baedeker : the perceived inventor of the formal guide book , a “ bible ” for travellers in the 19th Century. Em R. Butler (Ed.), *Giants of Tourism* (Número

- September, pp. 93–110). <https://doi.org/10.1079/9781845936525.0000>
- Bruner, E. M. (2005). The role of Narrative in Tourism. *Voyage: New Directions in Tourism Theory*, 1–12.
- Bunten, A. C. (2014). Indigenous imaginaries in tourism. Em N. B. Salazar & N. H. H. Graburn (Eds.), *Tourism imaginaries: Anthropological approaches*. Berghahn Books.
- Burkert, W. (1991). *Mito e mitologia*. Edições 70.
- Burns, P. M., Palmer, C., Lester, J.-A., & Bibbing, L. (Eds.). (2010). *Tourism and Visual Culture: Methods and cases*. Cabi Publishing.
- Butler, R. (2010). Problems and Issues of Integrating Tourism Development. Em D. Pearce & R. Butler (Eds.), *Contemporary Issues in Tourism Development* (pp. 65–80). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203380307_chapter_5
- Butler, R. (2015). The evolution of tourism and tourism research. *Tourism Recreation Research*, 40(1), 16–27. <https://doi.org/10.1080/02508281.2015.1007632>
- Buzard, J. (1993a). Introduction. Em *The Beaten Track: European Tourism, Literature, and the Ways to «Culture», 1800-1918*. Oxford University Press.
- Buzard, J. (1993b). Tourism and Anti-Tourism: Conventions and strategies. Em *The Beaten Track: European Tourism, Literature, and the Ways to «Culture», 1800-1918*. Oxford University Press.
- Buzinde, C. N. (2010). Discursive constructions of the plantation past within a travel guidebook. *Journal of Heritage Tourism*, 5(3), 219–235. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2010.508525>
- Cabete, S. M. C. (2010). *A narrativa de viagem em Portugal no século XIX: alteridade e identidade nacional*. Universidade Nova de Lisboa.
- Cabral, J., & Cabral, E. H. (1958). *Guide to sunny Portugal*.
- Cabral, O. (1937). *Guia do excursionista (Do minho ao algarve)* (D. Barreira (Ed.)). Livraria Simões Lopes.
- Cal, M. de la. (1991). *Portugal*. HarperCollins.
- Calvi, M. V. (2010). Los géneros discursivos en la lengua del turismo: Una propuesta de clasificación. *Iberica*, 19, 9–31.
- Calvi, M. V., & Bonomi, M. (2008). El lenguaje del turismo: de los textos especializados a la Comunidad del viajero. Em C. Navarro, R. M. R. Abella, & F. D. Pezze (Eds.), *Linguistic Insight - La comunicación especializada*. Peter Lang.
- Calvi, M. V., & Chierichetti, L. (2012). Palabras y cultura en la lengua del turismo. *Pasos*,

- Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(4), 3–5.
- Campbell, M. B. (1991). The witness and the other world: Exotic European travel writing, 400–1600. Em *History of European Ideas* (Vol. 13). Cornell University Press. [https://doi.org/10.1016/0191-6599\(91\)90196-6](https://doi.org/10.1016/0191-6599(91)90196-6)
- Campos, R. (2011). Imagem e tecnologias visuais em pesquisa social: tendências e desafios. *Análise Social*, XLVI(199), 237–259.
- Camprubí, R., & Coromina, L. (2016). Content analysis in tourism research. *Tourism Management Perspectives*, 18, 134–140. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.03.002>
- Cappelli, G. (2007). *Sun, Sea, Sex and the Unspoilt Countryside: How the English Language Makes Tourists Out of Readers*. Pari Publishing.
- Cappelli, G. (2012). Travelling in Space : Spatial Representation in English and Italian Tourism Discourse. *Textus*, 25(1), 19–35. <http://www.rivisteweb.it/doi/10.7370/71232>
- Cappelli, G. (2016). Popularization and accessibility in travel guidebooks for children in English. *Cultus: The journal of intercultural mediation and communication*, 1(9).
- Cappelli, G. (2017). Foreword. Em G. Cappelli, R. Raus, & C. Flinz (Eds.), *Le guide touristique: lieu de rencontre entre lexique et images du patrimoine culturel - Vol. II* (pp. XVII–XIX). Firenze University Press.
- Carnegie, E. (2016). Myth. Em J. Jafari & H. Xiao (Eds.), *Encyclopedia of Tourism*. Springer Reference.
- Castanheira, M. Z. (1996). Robert Southey, o primeiro lusófilo inglês. *Revista de estudos Anglo-Portugueses*, 5.
- Castel-Branco, M. da C. E. (2008). The Portuguese travels of William Henry Giles Kingston; or the geographical and inner travels of British Lusophile. *Revista de estudos Anglo-Portugueses*, 17.
- Castro, A. e. (1884). *Guia ou roteiro do viajante em Portugal*.
- Castro, D. (2012). *Imagens do Porto: Os guias turísticos de 1864 a 2011*. Universidade de Aveiro.
- Castro, J. B. (1762). *Mappa de Portugal Antigo e Moderno* (2.^a).
- Cesiri, D. (2017). Balancing tourism promotion and professional discourse: A corpus-based analysis of digital travel guidebooks promoting Venice in English. *EPiC Series in Language and Linguistics*, 2.
- Chabaud, G. (1998). Images de la ville et pratiques du livre : le genre des guides de Paris

- (XVIIe-XVIIIe siècles). *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, 45(2).
- Chang, H., & Holt, G. R. (1991). Tourism as consciousness of struggle: Cultural representations of Taiwan. *Critical Studies in Mass Communication*, 8(1), 102–118. <https://doi.org/10.1080/15295039109366783>
- Charnock, R. S. (1894). *Bradshaw illustrated handbook to Spain and Portugal*. W.J. Adams and Sons.
- Chierichetti, L., Garofalo, G., & Mapelli, G. (2017). Creación discursiva del destino turístico y del viajero: Maneras de ver, maneras de ser. *Circulo de Linguistica Aplicada a la Comunicacion*, 72, 5–14. <https://doi.org/10.5209/CLAC.57898>
- Clark, S. (1962). *All the Best in Spain and Portugal*. Dodd, Mead & Company.
- Cleave, P. (2012). Narrating Travel and Tourism in Peace and Wartime, Home and Abroad. Em J. Tivers & T. Rakić (Eds.), *Narratives of Travel and Tourism*. Ashgate.
- CNT (Ed.). (1932). *Como se visita Portugal*.
- Coelho, L. (1958). *Guia histórico-turístico de Portugal*. Edição de autor.
- Cohen, E. (1985). The tourist guide. The origins, structure and dynamics of a role. *Annals of Tourism Research*, 12(1), 5–29. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(85\)90037-4](https://doi.org/10.1016/0160-7383(85)90037-4)
- Cohen, E., & Cooper, R. L. (1986). Language and tourism. *Annals of Tourism Research*, 13(4), 533–563. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(86\)90002-2](https://doi.org/10.1016/0160-7383(86)90002-2)
- Colbert, M. (Ed.). (1995). *Let's go: The budget guide to Spain & Portugal 1995* (1.^a). St. Martin's Press.
- Cole, T. (2018). Following The Rough Guide to Góra Kalwaria: Constructing Memory Tourism of Absence in Post-Communist Poland. *Jornal of War & Culture Studies*, 11(3), 255–268. <https://doi.org/10.1080/17526272.2018.1490074>
- Colman, A. M. (2003). Stereotype. Em *Oxford Dictionary of Psychology* (pp. 706–707). Oxford University Press. <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780199534067.001.0001/acref-9780199534067-e-7992?rsk=1&result=1>
- Connell, J., & Page, S. (2014). *Tourism: A Modern Synthesis* (4.^a). Cengage Learning.
- Cooper, M. (1994). Spatial Discourses and Social Boundaries: Re-imagining the Toronto Waterfront. *City & Society*, 7(1), 93–117. <https://doi.org/10.1525/ciso.1994.7.1.93>
- Corbetta, P. (2003). *Social research: Theory, Methods and Techniques*. SAGE Publications.
- Cordeiro, M. J. (2010). *Portugal na literatura turística: Olhares Alemães: Guias de viagem*

- e artigos de imprensa (1980-2006)*. Colibri.
- Cordeiro, M. J. (2011a). Perpetuating tourism imaginaries: guidebooks and films on Lisbon. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 9(3), 249–258. <https://doi.org/10.1080/14766825.2011.620123>
- Cordeiro, M. J. (2011b). Portuguese ‘to go’: language representations in tourist guides. *Language and Intercultural Communication*, 11(4), 377–388. <https://doi.org/10.1080/14708477.2011.613476>
- Cormack, G. W. (2013). *Little Red and Black Books: Black’s and Murray’s Guidebooks to Scotland, 1850-1914* [The University of Guelph]. https://atrium.lib.uoguelph.ca/xmlui/bitstream/handle/10214/5267/Cormack_Grayson_201301MA.pdf?sequence=6
- Costa, R. (2013). The ‘great façade of nationality’: some considerations on Portuguese tourism and the multiple meanings of Estado Novo Portugal in travel literature. *Journal of Tourism History*, 5(1), 50–72. <https://doi.org/10.1080/1755182X.2012.758673>
- Coutinho, C. M. (2011). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas: teoria e prática* (2.^a ed.). Almedina.
- Crawshaw, G. (1986). *Portugal: A visitor’s guide*. W.H.Allen.
- Crick, M. (1989). Representations of International Tourism in the Social Sciences: Sun, Sex, Sights, Savings, and Servility. *Annual Review of Anthropology*, 18(1), 307–344. <https://doi.org/10.1146/annurev.an.18.100189.001515>
- Crockett, W. D., & Crockett, S. G. (1930). *A satchel guide to Spain and Portugal*. Boston and Houghton Mifflin company.
- Cunha, L. (2010). Desenvolvimento do Turismo em Portugal: Os Primórdios. *Fluxos e Riscos, 1*, 127–149.
- Cunha, L. (2013). *Economia e Política do Turismo* (3.^a). Lidel.
- Cunha, L., & Abrantes, A. (2013). *Introdução ao Turismo* (5.^a ed.). Lidel.
- D’Hautesserre, A.-M. (2006). Landscapes of Tropics: tourism and new cultural economy in third world. Em T. S. Terkenli & A.-M. D’Hautesserre (Eds.), *Landscapes of a New Cultural Economy of Space*. Springer.
- D’Ornelas, C., & Mendonça e Costa, L. de. (1940). *Manual do viajante em Portugal V. I*. Gazeta dos Caminhos de Ferro.
- D’Ornelas, C., & Mendonça e Costa, L. de. (1941). *Manual do viajante em Portugal V. II*.

- Gazeta dos Caminhos de Ferro.
- Damien, E. (2003). Les guides dans la culture touristique de la première moitié du XIXe siècle. *Chroniques italiennes*.
- Dann, G. (1996). *Language of Tourism: A Sociolinguistic Perspective*. Cabi Publishing.
- Daye, M. (2005). Mediating Tourism: An analysis of the Caribbean holiday experience in the UK national press. Em D. Crouch, R. Jackson, & F. Thompson (Eds.), *The Media and the Tourist Imagination* (1.º). Routledge.
- de la Rosa, B. M. (2003). La imagen turística de las regiones insulares: las islas como paraísos. *Cuadernos de Turismo*, 11, 127–137.
- DeFleur, M. L., & Ball-Rokeach, S. (2011). *Teorias da Comunicação de Massa* (Zahar (Ed.)).
- del Río, M. H., & Zúñiga, F. M. (2006). La construcción de la identidad andaluza percibida y proyectada como reclamo turístico: Los libros de viaje y las guías del siglo XX. Em *Historia Actual Online* (Vol. 11, pp. 41–50).
- Delmas, A. (2012). La production d'une représentation touristique. Une objectivation des guides Lonely Planet sur le Groenland. *Belgeo*, 3. <https://doi.org/10.4000/belgeo.7207>
- Dennis-Jones, H. (1981). *Lettsguide Portugal* (5.ª). Charles Letts.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (1994). *Handbook of qualitative research*. SAGE Publications.
- Devanthery, A., & Ariane. (2011). À la défense de mal-aimés souvent bien utiles : les guides de voyage. Propositions de lecture basées sur des guides de la Suisse de la fin du XVIIIe siècle et du XIXe siècle. *Articulo*, 4. <https://doi.org/10.4000/articulo.747>
- Devilla, L. (2013). L'image de la Sardaigne dans les guides touristiques français et italiens. *L'analisi linguistica e letteraria XXI*, 1.
- Devilla, L. (2017). Une île «à l'écart du temps»: images du patrimoine sarde dans les guides touristiques français. Em R. Raus, G. Cappelli, & C. Flinz (Eds.), *Le guide touristique: lieu de rencontre entre lexique et images du patrimoine culturel Vol. II*. Firenze University Press.
- Dijkstra, A.-L. (2016). Marginalizing and exoticizing Wales: Shifting representations in translated guidebooks. *Translation Studies*, 9(2), 198–211. <https://doi.org/10.1080/14781700.2015.1090910>
- Dionísio, S. (1979). Duas palavras simples. Em *Guia de Portugal*. Fundação Calouste Gulbenkian.

- Dixon, R. A. N. (1984). *Welcome to Portugal*. William Collins Sons and Company Limited.
- Domingues, Á. (2017). *Volta a Portugal*. Círculo de Leitores.
- Drew, N., & Sternberg, P. (2005). By its cover: modern American book cover design. Em *Princeton Architectural Press* (1.^a ed.).
- Duffy, A. (2017). ‘The locals are friendly!’ An empirical analysis of mobility and mooring in travel blogs. *Information, Communication & Society*, 20(May), 1–16. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1187192>
- Durand, E. O. (2005). *La España de los viajeros (1755-1846): Imágenes reales, literaturizadas, soñadas...* (L. Romero & P. Elduayen (Eds.)). Akal/Universidade Internacional de Andalucía.
- Dybiec, J. (2005). Textbooks as tourist guidebooks?: current trends teaching culture in foreign language education. *Studies in teacher education : language, literature, and culture*. <http://pbc.up.krakow.pl/dlibra/doccontent?id=2607>
- Eisenberg, N. (Ed.). (1993). *Let's go: The budget guide to Spain & Portugal 1993* (1.^a). St. Martin's Press.
- Eliade, M. (1989). *Mitos, sonhos e mistérios*. Edições 70.
- Ellingham, M., Fisher, J., & Kenyon, G. (1988). *The rough guide to Portugal* (M. Ellingham & D. Fisher (Eds.); 4.^a). Harrap-Columbus.
- Ellingham, M., Fisher, J., Kenyon, G., & Martin, A. (1995). *The Rough Guide: Portugal* (6.^a). The Rough Guide.
- Ellingham, M., Fisher, J., Martin, A., & Kenyon, G. (1989). *The Real Guide: Portugal* (5.^a). Prentice Hall.
- Emmison, M., & Smith, P. (2007). *Researching Visual*. SAGE Publications.
- Epelde, K. (2004). *Travel Guidebooks to India: A Century and a Half of Orientalism*. University of Wollongong.
- Evans, D. (1990). *Portugal*. Cadogan Books, Ltd.
- Evans, D., & Robinson, A. (1998). *Portugal* (L. McQueen (Ed.); 4.^a ed.). Cadogan Guides.
- Evans, N. (2009). Tourism: A strategic business perspective. Em T. Jamal & M. Robinson (Eds.), *The SAGE Handbook of Tourism Studies* (pp. 215–234). SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9780857021076.n13>
- Fabian, J. (2001). Time, Narration, and the Exploration of Central Africa. *Narrative*, 9(1), 3–20. <http://www.jstor.org/stable/20107226>

- Fernandes, D., Vieira, I., & Rodrigues, A. P. (2016). A imagem do Alto Douro vinhateiro - os guias de viagem na 1ª metade do século XIX. Em *Desafios, Estratégias e Tendências em Turismo e Hotelaria : TMS CONFERENCE SERIES*. Universidade do Algarve.
- Ferro, A. (Ed.). (1950). *A cartilha da terra portuguesa*. SNI.
- Fic, C. (2018). Prepare yourself for the worst: narratives of fear in late-twentieth century women's travel guides. *Journal of Tourism History*, 10(3), 211–224. <https://doi.org/10.1080/1755182X.2018.1510436>
- Figueiredo, D. D. C., & Pasquetti, C. A. (2016). The discourse of tourism: an analysis of the online article “Best in Travel 2015: Top 10 cities” in its translation to Brazilian Portuguese. *Ilha do Desterro A Journal of English Language, Literatures in English and Cultural Studies*, 69(1), 201. <https://doi.org/10.5007/2175-8026.2016v69n1p201>
- Figueiredo, C. de. (1996). Estereótipo. Em R. Guedes (Ed.), *Grande Dicionário da Língua Portuguesa* (25.ª ed.). Bertrand.
- Fodor, E., & Curtis, W. (1991). *Fodor's 92 Portugal* (A. E. Beresky (Ed.)). Fodor's Travel Publications, Inc.
- Fortuna, C. (1997). As cidades e as identidades: narrativas, patrimônios e memórias. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 12(33), 1–20. http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_33/rbcs33_08.htm
- Franklin, A. (2003). *Tourism: An introduction*. SAGE Publications.
- Freitas, J. (2010). *O litoral português na época contemporânea: representações, práticas e consequências. Os casos de Espinho e do Algarve (c. 1851 a c. de 1990)*. Universidade do Porto.
- Galani-Moutafi, V. (2000). The self and the other. *Annals of Tourism Research*, 27(1), 203–224. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00066-3](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00066-3)
- Galani-Moutafi, V. (2015). Greece on travel Writing and Tourist Discourse: Cross-Cultural Encounters and Construction of Classification. Em G. R. Ricci (Ed.), *Travel, Tourism and Identity*. Transaction Publishers.
- Gama, J. (1886). *Guia portátil do Viajante em Portugal e itinerários das viagens circulatorias em Hespanha e França* (2.ª).
- Garcia-Fuentes, J.-M. (2016). Guidebooks, postcards, and panoramas: The building of Montserrat through modern mass media. *Memory Studies*, 9(1), 63–74. <https://doi.org/10.1177/1750698015613973>

- Garofalo, G. (2012). Escenario discursivo y significados implícitos en una guía ‘para los verdaderos viajeros ’: el caso de la Guía Azul de Zaragoza. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(4), 71–82.
- Garrod, B. (2008). Exploring place perception a photo-based analysis. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 381–401. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2007.09.004>
- Garrod, B. (2009). Understanding the Relationship between Tourism Destination Imagery and Tourist Photography. *Journal of Travel Research*, 47(3). <https://doi.org/10.1177/0047287508322785>
- Garrod, B., & Kosowska, A. (2012). Destination Image Consistency and Dissonance: A Content Analysis of Goa’s Destination Image in Brochures and Guidebooks. *Tourism Analysis*, 17(2). <https://doi.org/10.3727/108354212X13388995267823>
- Gartner, W. C. (1993). Image Formation Process. *Communication and Channel Systems in Tourism Marketing*, 191–215.
- Gazetilha. (1886, Março 6). *Campeão Lusitano*.
- Gebhard, B. (1970). The doctor travels with Karl Baedeker. *Bulletin of the New York Academy of Medicine*, 46(6).
- Gencarella, S. (2007). Touring History: Guidebooks and the Commodification of the Salem Witch Trials. *The Journal of American Culture*, 30(3), 271–284. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1542-734X.2007.00556.x/abstract>
- Gilbert, D. (1999). London in all its glory or how to enjoy London: guidebook representations of imperial London. *Journal of Historical Geography*, 25(3), 279–297. <https://doi.org/10.1006/jhge.1999.0116>
- Gilbert, D., & Hancock, C. (2006). New York City and the transatlantic imagination: French and English tourism and the spectacle of the modern metropolis, 1893-1939. *Journal of Urban History*, 33(1), 77–107. <https://doi.org/10.1177/0096144206290385>
- Giner de los Ríos, F., & Giner de los Ríos, H. (1888). *Portugal: impressões para servir de guia al viajero*. Imprensa Popular.
- Gitelson, R. J., & Crompton, J. L. (1983). The Planning Horizons and Sources of Information Used by Pleasure Vacationers. *Journal of Travel Research*, 21(2). <https://doi.org/10.1177/004728758302100301>
- Gomes, R., & Alves, V. (2013). Portugal de lés a lés: Os itinerários nos livros de viagens Britânicos entre 1950 e 2000. Em F. Cravidão & N. Santos (Eds.), *Turismo e Cultura: Destinos e Competitividade*. Imprensa da Universidade de Coimbra.

- Gonçalves, M. D. (2008). *A Lisboa dos e nos guias turísticos: Lisboa a compor-se ao espelho*.
http://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/20212/1/ulsd071346_td_Maria_Goncalves.pdf
- Gonçalves, M. D. (2015). *A Lisboa dos guias turísticos ingleses e franceses no século XX* [Universidade de Lisboa, ISCTE; Universidade Católica Portuguesa; Universidade de Évora].
http://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/20212/1/ulsd071346_td_Maria_Goncalves.pdf
- Goodall, A. M. (1909). *Portugal*. Adam and Charles Black.
- Goodwin, G., & Johnston, G. (2012). Guidebook publishing in the nineteenth century: John Murray's Handbooks for Travellers. *Studies in Travel Writing*, 17(December), 1–19.
<https://doi.org/10.1080/13645145.2012.747791>
- Griffin, D. (2018). How to See Japan: Japan Tourist Bureau Guidebook Images for Interwar Anglophone Tourists. *Journal of Design History*, 31(4), 346–363.
<https://doi.org/10.1093/jdh/epy036>
- Grushow, I. (2003). Guidebooks. Em J. Speak (Ed.), *Literature of travel and exploration* (pp. 519–523). Routledge.
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. Em Y. S. Lincoln & N. K. Denzin (Eds.), *Handbook of qualitative research*. SAGE Publications.
- Guia de viajantes em Lisboa e suas vizinhanças*. (1845). O. R. Ferreira.
- Guia Luso-Brazileiro [...]*. (1863, Julho 17). *Diário de Pernambuco*, 4.
- Gutheil, A. M. (Ed.). (1997). *Let's go: The budget guide to Spain & Portugal 1997* (1.^a). St. Martin's Press.
- Gyr, U. (2010). The History of Tourism : Structures on the Path to Modernity. *European History Online*, 1–12. <http://www.ieg-ego.eu/gyru-2010-en>
- Hadjetian, S. (2002). *The representation of London in tourist guidebooks*. GRIN Verlag.
- Hannam, K., & Knox, D. (2005). Discourse Analysis in Tourism Research A Critical Perspective. *Tourism Recreation Research*, 30(2), 23–30.
<https://doi.org/10.1080/02508281.2005.11081470>
- Harper, D. (1994). On the Authority of the Image. Em N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of Qualitative Research* (Número 1994, pp. 89–98). SAGE Publications.

- Hazard, E. (2016). The Attraction of the American Author's House: Architecture, Guidebooks, and Display, 1853-1904. *Art History*, 39(5), 896–925. <https://doi.org/10.1111/1467-8365.12214>
- Heisley, D. (2001). Visual Research: Current Bias and Future Direction. *Advances in Consumer Research*, 28, 45–46.
- Henderson, F., & Gilbert, D. (2002). London and tourist imagination. Em P. Gilbert (Ed.), *Imagined London* (p. 257). State University of New York Press.
- Hennig, C. (2002). Tourism: Enacting Modern Myths. Em *The Tourist as a Metaphor of the Social World*. <https://doi.org/10.1079/9780851996066.0169>
- Hill, A. F., Hill, T., Santos, A. dos, Swett, K. B., Howe, M., Behn, S., Brammer, D., Wise, P., Wittner, J., & Boulton, J. (1993). *Insight Guides: Portugal* (A. F. Hill (Ed.)). APA Publications.
- Hillman, P., Moyle, B. D., & Weiler, B. (2018). Application of visual methods to perceptions of tourism development. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 12(1), 124–129. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-06-2017-0073>
- Hinrichsen, A. W. (2008). Baedeker's Travel Guides. Em *Baedeker's Reisehandbücher: 1832-1990*.
- Hinton, P. R. (2000). Stereotypes, Cognition and Culture. Em *Psychology Focus* (Vol. 1). Routledge.
- Hints to travellers in Portugal* (2.^a). (1853). John Murray.
- Hobbs, A. H., & Adzigan, J. (1994). *Spain & Portugal*. Fielding Worldwide, Inc.
- Hobson, S. (2015). «Looking all lost towards a Cook's guide for beauty»: The art of literature and the lessons of the guidebook in modernist writing. *Studies in Travel Writing*, 19(1), 30–47. <https://doi.org/10.1080/13645145.2014.994924>
- Hom, S. M. (2015). *The Beautiful Country: Tourism and the Impossible State of Destination Italy*. University of Toronto Press.
- Honey, M., & Stewart, E. (2002). The evolution of «green» standards for tourism. Em *Ecotourism & certification: Setting standards in practice*. Island Press. <https://doi.org/10.1002/jtr.457>
- Hottola, P. (2016). Stereotype. Em J. Jafari & H. Xiao (Eds.), *Encyclopedia of Tourism*. Springer Reference.
- Hourihane, C. (2012). *The Grove encyclopedia of medieval art and architecture V.1*.

Oxford University Press.

- Hsu, C. H., & Song, H. (2013). Destination image in travel magazines: A textual and pictorial analysis of Hong Kong and Macau. *Journal of Vacation Marketing*, 19(3), 253–268. <https://doi.org/10.1177/1356766712473469>
- Hughes, G. (1998). Tourism and the semiological realization of space. Em *Destinations: Cultural Landscapes of Tourism* (pp. 17–32).
- Hughes, J. (Ed.). (2012). *SAGE Visual Methods: Principles, Issues, Debates and controversies in Visual Research*. SAGE Publications.
- Human, B. (1999). Kodachrome icons: photography, place and the theft of identity. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11(2/3), 80–84. <https://doi.org/10.1108/09596119910250733>
- Hume, M. A. S. (1907). *Through Portugal*. McClure, Phillips & Company.
- Hunter, W. C. (2008). A typology of photographic representations for tourism: Depictions of groomed spaces. *Tourism Management*, 29(2), 354–365. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.03.008>
- Hunter, W. C. (2010). Groomed spaces on Jeju Island: A typology of photographic representations for tourism. Em *International Journal of Tourism Research* (Vol. 12, Número 6, pp. 680–695). <https://doi.org/10.1002/jtr.783>
- Hunter, W. C. (2013). China's Chairman Mao: A visual analysis of Hunan Province online destination image. *Tourism Management*, 34, 101–111. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.03.017>
- Hyde, K. F. (2009). Tourist Information Search. Em M. Kozak & A. Decrop (Eds.), *Handbook of tourist behavior: theory & practice*. Routledge.
- Iaquinto, B. L. (2011). Fear of a Lonely Planet : author anxieties and the mainstreaming of a guidebook. *Current Issues in Tourism*, 14(8), 705–723. <https://doi.org/10.1080/13683500.2011.555527>
- Ipiranga, A. S. R. (2016). A Imagem Fotográfica como uma Questão de Método. *IV Congresso Brasileiro de Estudos Organizacionais*.
- Jamal, T., & Hill, S. (2002). The Home and the World: (Post)touristic Spaces of (In)authenticity? Em D. Graham (Ed.), *The Tourist as a Metaphor of the Social World* (pp. 77–107). Cabi Publishing.
- Jarrell, T. (2011). A note from the publisher. Em *1936 - On the continent - Fodor's* (p. 980). Fodor's Travel Guides.

- Jemellin-Devanthery, A. (2006). Lausanne dans les guides de voyage des XVIIIe et XIXe siècles. *Revue historique vaudoise*. <https://doi.org/10.5169/seals-514214>
- Jenkins, O. H. (2003). Photography and travel brochures: the circle of representation. *Tourism Geographies*, 5(3). <https://doi.org/10.1080/1461668032000098024>
- Jepson, T. (1998). *Portugal*. AA Publishing.
- Jimenez, F. S. (2012). El turista 2.0 como receptor de la promoción turística: estrategias lingüísticas e importancia de su estudio. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Pasos*, 10(4), 143–153. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2012.10.060>
- Jiménez, F. S., & Postigo, M. L. (2017). El discurso interpersonal en la guía turística en español y alemán y su importancia para la traducción. *Normas*, 7(1), 204. <https://doi.org/10.7203/Normas.7.10441>
- Jokela, S. E., & Raento, P. (2012). Collecting visual materials from secondary sources. Em T. Rakić & D. Chambers (Eds.), *An introduction to Visual Research Methods in Tourism* (pp. 53–69). Routledge.
- Joly, M. (2007). *Introdução à Análise da Imagem*. Edições 70.
- Kałaska, M., Jędrusik, M., & Wites, T. (2020). A new guidebook analysis method for the study of tourist-historic cities: The case of the maghreb. *Geographia Polonica*, 93(2), 287–301. <https://doi.org/10.7163/GPol.0174>
- Karpik, L. (2000). Le Guide rouge Michelin. *Sociologie du Travail*, 42, 369–389. [https://doi.org/10.1016/S0038-0296\(00\)01086-4](https://doi.org/10.1016/S0038-0296(00)01086-4)
- Ketchum, A. (Alex) D. (2019). “Say ‘hi’ from Gaia”: women’s travel guides and lesbian feminist community formation in the pre-internet era (1975-1992). *Feminist Media Studies*, 1–17. <https://doi.org/10.1080/14680777.2019.1665569>
- Kim, H., & Stepchenkova, S. (2015). Effect of tourist photographs on attitudes towards destination: Manifest and latent content. *Tourism Management*, 49, 29–41. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.02.004>
- Korell, E. (2018). Narrating Religion for Tourists: Tourist guidebooks’ depictions of Ganden Sumtseling Monastery in Xianggelila County, Yunnan. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 6(1). <https://doi.org/10.21427/D75X36>
- Korstanje, M. E. (2016). Travel literature. Em J. Jafari & H. Xiao (Eds.), *Encyclopedia of Tourism*. Springer Reference.
- Koshar, R. (1998). «What ought to be seen»: Tourists’ Guidebooks and National Identities in Modern Germany and Europe. *Journal of Contemporary History*, 33(3), 323–340.

<https://doi.org/10.2307/261119>

- Koshar, R. (2000). German Travel Cultures. Em *German Studies Review* (Vol. 26, Número 1). Berg.
- Kottelat, P. (2011). L'Italie des guides touristiques français, regards croisés 1907-2010. Em Università degli Studi di Torino (Ed.), *L'Italia nelle scritture degli altri*. Trauben.
- Kovacs, C. L. (2013). Pompeii and its material reproductions: the rise of a tourist site in the nineteenth century. *Journal of Tourism History*, 5(1), 25–49. <https://doi.org/10.1080/1755182X.2012.758781>
- Kraft, S. E. (2007). Religion and Spirituality in Lonely Planet's India. *Religion*, 37(3), 230–242. <https://doi.org/10.1016/j.religion.2007.07.001>
- Laderman, S. (2002). Shaping Memory of the Past: Discourse in Travel Guidebooks for Vietnam. *Mass Communication and Society*, 5(1), 87–110. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0501_6
- Laderman, S. (2009). *Tours of Vietnam: War, Travel Guides, and Memory* (G. M. Joseph & E. S. Rosennerg (Eds.)). Duke University Press.
- Langmann, S., & Pick, D. (2018). *Photography as a Social Research Method*. Springer Singapore. <https://doi.org/10.1007/978-981-10-7279-6>
- Lapan, S. D., Quartaroli, M. T., & Riemer, F. J. (2011). *Qualitative research: an introduction to methods and designs*. John Wiley & Sons, Ltd.
- Lavour, L. (1970). El Baedeker y su siglo (1839-1939). *Estudios Turísticos*, 26.
- Le Bon, G. (1896). *The crowd: A study of the popular mind*. Macmillan.
- Leiper, N. (1979). The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 390–407. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90003-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90003-3)
- Leiper, N. (1990). Tourist attraction systems. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 367–384. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(90\)90004-B](https://doi.org/10.1016/0160-7383(90)90004-B)
- Leite, N. (2014). Locating imaginaries in the Anthropology of Tourism. Em N. B. Salazar & N. H. H. Graburn (Eds.), *Tourism imaginaries: Anthropological approaches*. Berghahn Books.
- Lemos, I. (1859). *Guia Luso-Brazileiro do Viajante na Europa*.
- Lever, M. W., Shen, Y., & Joppe, M. (2019). Reading travel guidebooks: Readership typologies using eye-tracking technology. *Journal of Destination Marketing & Management*, 14, 100368. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.100368>

- Lew, A. A. (1992). Place Representation in Tourist Guidebooks: an Example From Singapore. *Singapore Journal of Tropical Geography*, 12(2), 124–137. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9493.1991.tb00034.x>
- Li, M. (2015). *Tourist Photography and the Tourist Gaze: An empirical study of Chinese tourists in the UK*. University of Central Lancashire.
- Lian, T., & Yu, C. (2017). Representation of online image of tourist destination: a content analysis of Huangshan. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(10). <https://doi.org/10.1080/10941665.2017.1368678>
- Lichnowsky, P. F. (1990). *Portugal. Recordações do ano de 1842*. Publicações Alfa.
- Lichrou, M., O'Malley, L., & Patterson, M. (2008). Place-product or place narrative(s)? Perspectives in the marketing of tourism destinations. *Journal of Strategic Marketing*, 16(1), 27–39. <https://doi.org/10.1080/09652540701794429>
- Lima de Matos, M. (2007). *Postigos para o Mundo: reflexões em torno do turismo e dos livros de viagens da RDA (1949-1989/90)*. Universidade do Minho.
- Link, H. F. (1801). *Travels in Portugal and Through France and Spain; with a Dissertation on the Literature of Portugal, and the Spanish and Portuguese Languages*.
- Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. New York, Harcourt, Brace and Company.
- Lisle, D. (2008). Humanitarian travels: ethical communication in Lonely Planet guidebooks. *Review of International Studies*, 34(S1). <https://doi.org/10.1017/S0260210508007845>
- Lister, W. B. C. (1993). *Murray's Handbooks for Travellers*. University Publications of America. http://cisupa.proquest.com/ksc_assets/catalog/3520.pdf
- Litt, E. (2012). Knock, Knock. Who's There? The Imagined Audience. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 56(3), 330–345. <https://doi.org/10.1080/08838151.2012.705195>
- Loizos, P. (2002). Vídeo, Filme e Fotografias como Documentos de Pesquisa. Em M. W. Bauer & G. Gaskell (Eds.), *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: Um manual prático* (2.^a, pp. 137–155).
- Lomas, J. (Ed.). (1905). *O'Shea's guide to Spain and Portugal* (13.^a). Adam and Charles Black.
- Long, J. J. (1990). W. G. Sebald: The anti-tourist. Em M. Zisselsberger (Ed.), *The Undiscover'd Country: W.G. Sebald and the Poetics of Travel*. Camden House. <https://doi.org/10.1080/14782804.2012.711177>

- López, E. (Ed.). (1924). *Manual del viajero y del turista*.
- Lottman, H. R. (2003). *The Michelin men: Driving an empire*. I.B. Tauris.
- Lowndes, S. (1982). *Travellers' guide to Portugal*. Geographia Limited.
- Lucas, L. (2019). The ordinary – extraordinary dialectics in tourist metropolises. *International Journal of Tourism Cities*, 5(1), 17–34. <https://doi.org/10.1108/IJTC-12-2017-0082>
- Lune, H., & Berg, B. L. (2017). *Qualitative research methods for the social sciences* (9.^a ed.). Pearson Education Limited. <http://www.academia.edu/download/25341796/sc21007.pdf>
- MacCannell, D. (2013). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. University of California Press.
- Machado, J. C. (1872). *Novo Guia do Viajante em Lisboa*. J.J. Bordalo.
- MacKay, K. J., & Couldwell, C. M. (2004). Using Visitor-Employed Photography to Investigate Destination Image. *Journal of Travel Research*, 42(2). <https://doi.org/10.1177/0047287504263035>
- MacKay, K. J., & Fesenmaier, D. R. (1997). Pictorial element of destination in image formation. *Annals of Tourism Research*, 24(3), 537–565. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)00011-X](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00011-X)
- MacKay, K. J., & Fesenmaier, D. R. (2000). An Exploration of Cross-Cultural Destination Image Assessment. *Journal of Travel Research*, 38(4), 417–423. <https://doi.org/10.1177/004728750003800411>
- MacKenzie, J. M. (2005). Empires of Travel: British Guide Books and Cultural Imperialism in the 19th and 20th Centuries. Em *Histories of Tourism: Representation, Identity and Conflict*.
- Mahn, C. (2014). The virtual tourist gaze in Greece, 1897-1905. *Annals of Tourism Research*, 48, 193–206. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.06.001>
- Mak, A. H. N. (2017). Online destination image: Comparing national tourism organisation's and tourists' perspectives. *Tourism Management*, 60, 280–297. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.12.012>
- Mano, A., & Costa, R. (2015). A conceptual model of the antecedents and consequences of tourist destination image. *2nd GLOBAL CONFERENCE on BUSINESS, ECONOMICS, MANAGEMENT and TOURISM*. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00466-9](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00466-9)

- Manosso, F. C., Bizinelli, C., Abrahão, C. M. de S., & Gândara, J. M. G. (2015). Os Atrativos Turísticos de Curitiba – PR: Uma perspectiva através do Guia Brasil Quatro Rodas. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 9(1), 97. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v9i1.728>
- Månsson, M. (2009). The Role of Media Products on Consumer Behavior in Tourism. Em M. Kozak & A. Decrop (Eds.), *Handbook of tourist behavior: theory & practice* (p. 226). Routledge.
- Mantas, V. G. (2014). Vias romanas e viagens transfronteiriças no século XVI. Em M. C. Villalón (Ed.), *Viajes, viajeros y obra pública. Extremadura entre España y Portugal*. Universidad de Extremadura.
- Mapelli, G. (2016). Guidebooks 2.0: Lexicon and metadiscourse. *Iberica*, 31(31), 149–174.
- Mapelli, G., & Piccioni, S. (2011). Taxonomía de los textos turísticos: factores lingüísticos y factores contextuales. Em G. Mapelli & M. V. Calvi (Eds.), *Linguistic Insight - Studies in language and communication*. Peter Lang.
- Marine-Roig, E. (2011). The image and identity of the Catalan coast as a tourist destination in twentieth-century tourist guidebooks. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 9(2), 118–139. <https://doi.org/10.1080/14766825.2011.566929>
- Marine-Roig, E., & Ferrer-Rosell, B. (2018). Measuring the gap between projected and perceived destination images of Catalonia using compositional analysis. *Tourism Management*, 68, 236–249. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.03.020>
- Martins, L. S. (2011). *Os guias de viagem, a cartografia e os fundamentos do turismo*. <http://eventos.letras.up.pt/ivslbch/comunicacoes/113.pdf>
- Martins, P. (2011). *Contributos para uma História do ir à Praia em Portugal*. Universidade de Lisboa.
- Martins, P. (2015). Sea bathing and seaside tourism in Portugal in the nineteenth and twentieth centuries: an overview. *Journal of Tourism History*, 7(3), 246–267. <https://doi.org/10.1080/1755182X.2015.1114685>
- Matos, A. C. de. (2014). Turismo, Guias e roteiros. Em *Dicionário de História da I República e do Republicanismo*. Assembleia da República/IHC-UNL.
- Matos, A. C. de, Ana, M., & Luísa, M. (2009). A Sociedade Propaganda de Portugal e o Congresso de Turismo de 1911 1 . Os antecedentes do Congresso de Turismo de 1911. Em *I República e Republicanismo. Congresso Internacional.: Vol. XIV* (Número November, pp. 393–403). Assembleia da República/IHC-UN.

- Matos, A. C. de, & Bernardo, M. A. (2013). Os guias de viagem e a valorização do Alentejo como espaço de turismo, lazer e cultura (1880-1930). *IX Congresso de Geografia Portuguesa*, 2013, 188–193. [https://dspace.uevora.pt/rdpc/bitstream/10174/9683/1/congresso de Geografia.pdf](https://dspace.uevora.pt/rdpc/bitstream/10174/9683/1/congresso%20de%20Geografia.pdf)
- Matos, A. C. de, Conde, A. F., & Bernardo, M. A. (2012). O contributo dos relatos e guias de viagens para o estudo da Antiguidade Clássica no Sul de Portugal. *Espaços e paisagens: antiguidade clássica e heranças contemporâneas*, 3. https://doi.org/10.14195/978-989-8281-69-2_25
- Matos, A. C. de, Ribeiro, E. F., & Bernardo, M. A. (2009). Caminhos-De-Ferro E Turismo Em Portugal (Final Do Século Xix E Primeiras Décadas Do Século Xx). *V Congrès História Ferroviária*, 1–16.
- Matos, A. C. de, & 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 - Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, VIII(167). <http://rdpc.uevora.pt/handle/10174/2408#>
- Matos, A. C. de, Santos, M. L., & Bernardo, M. A. (2008). Tourism Guidebooks and the Emergence of Contemporary Tourism in Portugal. Em *Touring the past: uses of history in tourism* (pp. 94–105). The Finnish University Network for Tourism Studies (FUNTS) / Matkailualan verkostoyliopisto (MAVY). <http://dspace.uevora.pt/rdpc/handle/10174/8961>
- Matos, A. C. De, Santos, M. L., & Bernardo, M. A. (2010). Transport , tourism and technology in Portugal between the late 19th and early 20th centuries. *Journal of History of Science and Technology*, 4, 113–132.
- Maxwell, J. A. (2013). Qualitative Research Design. Em *Qualitative Research Design* (3^a). SAGE Publications.
- Mazor-Tregerman, M., Mansfeld, Y., & Elyada, O. (2017). Travel guidebooks and the construction of tourist identity. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 15(1), 80–98. <https://doi.org/10.1080/14766825.2015.1117094>
- McCabe, S. (2009). *Marketing Communications in Touris & Hospitality: Concepts, Strategies and Cases*. Butterworth-Heinemann.
- McCleery, A. (2014). The Book in the Long Twentieth Century. *The Cambridge Companion to the History of the Book*, 162–180. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1017/CCO9781139152242.012>

- McGrath, G., & Proust, M. (2003). Myth, magic, meaning & memory: Mentor tour guides as central to developing integrated heritage tourism at archaeological sites in Cusco, Peru. *Proceedings of 12th International Tourism and Leisure Symposium*. <http://www.esade.edu/cedit2003/pdfs/mcgrathgemma.pdf>
- McGregor, A. (2000). Dynamic texts and tourist gaze. *Annals of Tourism Research*, 27(1), 27–50. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00034-1](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00034-1)
- McKercher, B. (2008). The Roots of Stereotypes about Tourists. *Society*, 45(4), 345–347. <https://doi.org/10.1007/s12115-008-9113-5>
- Meethan, K. (1996). Consuming (in) the Civilized City. *Annals of Tourism Research*, 23(2). https://ac.els-cdn.com/0160738395000666/1-s2.0-0160738395000666-main.pdf?_tid=1c0d6ca8-fc4a-11e7-8a38-00000aacb35f&acdnat=1516278269_4adcfb8113fd514a69e3721dea93a548
- Mellinger, W. M. (1994). Toward a critical analysis of tourism representations. *Annals of Tourism Research*, 21(4), 756–779. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)90082-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)90082-5)
- Mendelson, E. (1985). Baedeker's Universe. *Yale Review*, 74, 386–403.
- Mendonça e Costa, L. de. (1913). *Manual do viajante em Portugal* (4.^a). Gazeta dos Caminhos de Ferro.
- Menero, E. M. O. (1999). Las «Guiás de Valencia» (1840 - 1930): Nota para un análisis turístico. *Cuadernos de Geografía*, 65–66. <http://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/31036/255-266.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Metro-Roland, M. M. (2011). *Tourists, Signs and the City: The Semiotics of Culture in an Urban Landscape*. Routledge.
- Metro-Roland, M. M. (2016). Tourist Space. Em J. Jafari & H. Xiao (Eds.), *Encyclopedia of Tourism*. Springer Reference.
- Meulendijks, H. (2017). *Tourism and imperialism in the Dutch East Indies: Guidebooks of the Vereeniging Toeristenverkeer in the late colonial era (1908-1939)*. Utrecht University.
- Michalski, D. (2004). Portals to metropolis: 19th-century guidebooks and the assemblage of urban experience. *Tourist Studies*, 4(3), 187–215. <https://doi.org/10.1177/1468797604057322>
- Michelin (Ed.). (1970). *Portugal, Madeira*. The Dicken Press.
- Michelin (Ed.). (1985). *Portugal, Madeira* (4.^a). Michelin.

- Michelin (Ed.). (1997). *Portugal : Madeira - the Azores* (2.^a). Michelin.
- Mieli, M., & Zillinger, M. (2020). Tourist information channels as consumer choice: the value of tourist guidebooks in the digital age. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 20(1), 28–48. <https://doi.org/10.1080/15022250.2020.1717991>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *An expanded sourcebook: Qualitative data analysis* (2.^o). SAGE Publications.
- Molina, A., & Esteban, Á. (2006). Tourism Brochures: Usefulness and Image. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 1036–1056. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.05.003>
- Moore, R. (Ed.). (1985). *Fodor's Portugal 1986*. Fodor's Travel Guides.
- Moore, R. (Ed.). (1990). *Fodor's 90 Portugal*. Fodor's Travel Publications, Inc.
- Morais, L. P. De. (2012). Sabores de Viagem : As Culinárias Regionais nos Guias Turísticos entre 1966 e 1983. *Rosa dos Ventos*, 4(III), 317–334. <https://doi.org/10.1515/polyeng-2013-0169>
- Moret, F. (1992). Images de Paris dans le guides touristiques en 1900. *Le mouvement social*, 3(160).
- Morlier, H. (2011). Les Guides Joanne : invention d'une collection. *In Situ*, 15. <https://doi.org/10.4000/insitu.524>
- Muirhead, F. (Ed.). (1929). *Southern Spain and Portugal: with Madeira, the Canary Islands, and the Azores*. Macmillan & Company.
- Myth. (1992). Em *The New Encyclopedia Britannica* (15.^a ed., pp. 470–471). The University of Chicago.
- Neale, J. M. (1855). *A handbook for travellers in Portugal*. John Murray.
- Neale, J. M. (1887). *A handbook for travellers in Portugal* (4.^a). John Murray.
- Nelson, V. (2012). The construction of Slovenia as a European tourism destination in guidebooks. *Geoforum*, 43(6), 1099–1107. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2012.07.004>
- Neuendorf, K. A. (2002). *The content analysis guidebook*. SAGE Publications.
- Newcombe, E. (2019). Writing Whiteness: Antebellum Guidebooks and the Codification of the Landscape in Catskill Tourism and Print. *Early American Literature*, 54(1), 189–216. <https://doi.org/10.1353/eal.2019.0010>
- Nigro, M. G. (2006). The Language of Tourism as LSP? A Corpus-Based Study of the Discourse of Guidebooks. *15th Symposium, Language for special purposes; Modern approaches to terminological theories and applications*.

- Nishimura, S., King, B., & Waryszak, R. (2007). The use of travel guidebooks by packaged and non-packaged Japanese travellers: A comparative study. *Journal of Vacation Marketing, 13*(4), 291–310. <https://doi.org/10.1177/1356766707081006>
- Nishimura, S., Waryszak, R., & King, B. (2006). Guidebook use by Japanese tourists: a qualitative study of Australia inbound travellers. *International Journal of Tourism Research, 8*(1), 13–26. <https://doi.org/10.1002/jtr.544>
- Nishimura, S., Waryszak, R., & King, B. (2007). The use of guidebooks by Japanese overseas tourists: A quantitative approach. *Journal of Travel Research, 45*(3), 275–284. <https://doi.org/10.1177/0047287506295907>
- Nolan, S. D. (1976). Tourists' Use and Evaluation of Travel Information Sources: Summary and Conclusions. *Journal of Travel Research, 14*(3), 6–8. <https://doi.org/10.1177/004728757601400302>
- Noy, C. (2008). Narratives and counter-narratives: Contesting a tourist site in Jerusalem. Em J. Tivers & T. Rakić (Eds.), *Introducing the Narratives of Travel and Tourism*. Ashgate.
- O'Shea, H. (1869). *O'Shea's guide to Spain and Portugal* (J. Lomas (Ed.); 4^a). Adam&Charles Black.
- Ogden, R. (2017). Lonely planet: affect and authenticity in guidebooks of Cuba. *Social Identities: Journal for the Study of Race, Nation and Culture*. <https://doi.org/10.1080/13504630.2017.1414592>
- Oliveira, E. de. (1956). *Roteiros de Portugal - Minho*.
- Oliveira, M. A. de. (1990). *Guia turístico de Portugal de A a Z* (1.^a). Publicações Dom Quixote.
- Oliveira Martins, I. (2008). A brief look at a written and visual illustration of Portugal. *Revista de estudos Anglo-Portugueses, 17*.
- Ollivier, G., Geniaux, G., Napoléone, C., & Paoli, J. C. (2012). Mesurer la notoriété touristique communale : contribution méthodologique à l'aide de l'analyse textuelle de guides touristiques. Em *CyberGeo* (Vol. 2012). <https://doi.org/10.4000/cyberge0.25187>
- Otness, H. M. (1980). A Baedeker to Travel Guide Series. *Reference Services Review, 8*(2), 13–20. <https://doi.org/10.1108/eb048678>
- Ousby, I. (2002). *The Englishman's England: Taste, Travel and the Rise of Tourism*. Pimlico.

- Padeira, A. R. S. (2007). Uma visão artística de Portugal - James Murphy e a sua obra. *Revista de estudos Anglo-Portugueses*, 16.
- Page, T. J. (1998). *Portugal: pocket guide* (C. Catling & P. Duncan (Eds.); 2.^a ed.). Berlitz Publishing Company.
- Palmowski, J. (2002). Travels with Baedeker: The Guidebook and the Middle Classes in Victorian and Edwardian England. Em R. Koszar (Ed.), *Histories of Leisure*. Berg.
- Pan, S., Lee, J., & Tsai, H. (2014). Travel photos: Motivations, image dimensions, and affective qualities of places. *Tourism Management*, 40, 59–69. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.05.007>
- Panofsky, E. (1989). *O Significado das Artes Visuais*. Presença. panofsky_erwin._significado_nas_artes_visuais._so_paulo_perspectiva_1976._p.47-87_re-1.pdf
- Parsons, N. T. (2007). *Worth the Detour: A History of the Guidebook*. Sutton Publishing.
- Paulino, M. C. (2013a). The ‘Alien’ European: British Accounts of Portugal and the Portuguese, 1780–1850. Em M. Farr & X. Guégan (Eds.), *The British abroad since the eighteenth century*. Palgrave Macmillan UK.
- Paulino, M. C. (2013b). *Uma torre delicada : Lisboa e arredores em notas de viajantes ca. 1750-1850*. CITCEM; Edições Afrontamento.
- Pauwels, L. (2011). An Integrated Conceptual Framework for Visual Social Research. Em E. Margolis & L. Pauwels (Eds.), *The SAGE Handbook Visual Research Methods*. SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781446268278>
- Pauwels, L. (2015). Reframing Visual Social Science. Em *Reframing Visual Social Science: Towards a More Visual Sociology and Anthropology*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139017633>
- Pearce, D., & Schott, C. (2005). Tourism distribution channels: The visitors’ perspective. *Journal of Travel Research*, 44(1), 50–63. <https://doi.org/10.1177/0047287505276591>
- Pearce, P. (2005). *Tourist Behaviour: Themes and Conceptual Schemes* (C. Cooper, M. C. Hall, & D. Timothy (Eds.)). Channel View.
- Peel, V., & Sorensen, A. (2016a). Exploring the Use and Impact of Travel Guidebooks. Em *Tourism and Cultural Change* (Número 48). Channel View Publications.
- Peel, V., & Sorensen, A. (2016b). Guidebook. Em J. Jafari & H. Xiao (Eds.), *Encyclopedia of Tourism*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319->

- Peel, V., Sørensen, A., & Steen, A. (2012). “Unfriendly, Unfunny, and Tyrannical”: An Exploratory Study of the Travel Guidebook in the Australian Print Media. *Tourism Analysis*, 17(3), 299–309. <https://doi.org/10.3727/108354212X13412775927826>
- Peixoto, J. L. (2012). *Dentro do segredo: Uma viagem na Coreia do Norte*. Quetzal Editores.
- Pereira, T. (2015). «The enchantments of the portuguese countryside»: Escrita de viagens e propaganda turística. *Revista de estudos Anglo-Portugueses*, 24.
- Pérez-Aranda, J. R., Guerreiro, M., & Mendes, J. (2015). Are Myths and Legends Used in Tourism Communication As a Resource? the Case of Algarve Online Brochures. *A Pathmaking Journal*, 5(1), 65–9965. http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/10920/Are_myths.pdf?sequence=2
- Pérez, X. P. (2012). El turismo indígena Guna (Panamá): Imaginarios y regímenes de mentira de las guías turísticas internacionales. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21(August), 945–962.
- Pérez, X. P., & Fernandes, F. (2018). Antropologia e Turismo: Teorias, métodos e praxis. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*.
- Peter, J.-M., & Tétart, P. (2003). L’influence du tourisme balnéaire dans la diffusion du tennis. Le cas de la France de 1875 à 1914. *Staps*, 61(2), 73. <https://doi.org/10.3917/sta.061.0073>
- Petermann, D. (2018). Le patrimoine lyonnais représenté dans les guides de voyage Hachette (XXe siècle - début XXIe siècle). Em C. Flinz, E. Carpi, & A. Farina (Eds.), *Le guide touristique: lieu de rencontre entre lexique et images du patrimoine culturel V.I*. Firenze University Press.
- Piana, P., Watkins, C., & Balzaretti, R. (2018). Travel, Modernity and Rural Landscapes in Nineteenth-Century Liguria. *Rural history*, 29(2). <https://doi.org/10.1017/S0956793318000079>
- Picone, M. de los Á. (2013). La idea del turismo en San Carlos de Bariloche a través de dos guías (1938). *Estudios y perspectivas en turismo*, 22(2), 198–215. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322013000200002&lang=pt
- Pina, P. (1988). *Portugal: O turismo no Século XX*. Lucidos.

- Pinho, J. (2009). «The Selective Traveller in Portugal»: anacronismos e peculiaridades de um Olhar sobre Portugal. *Via Panorâmica*, 2. <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/7538.pdf>
- Pinto, A. (1961). *Guia Turística Alfabética de Portugal*. Livraria Aviz.
- Pinto Coelho, T. (2000). Pátrias imaginárias: Viagens na minha terra e Robin Crusoe. *Revista de estudos Anglo-Portugueses*, 9.
- Ploner, J. (2012). Tourist literature and the ideological grammar of landscape in the Austrian Danube Valley, ca. 1870-1945. *Journal of Tourism History*, 4(3), 237–257. <https://doi.org/10.1080/1755182X.2012.711376>
- Pobes, C. R. (2019). Los indómitos montañeses del Norte y la Suiza española. Estereotipo vasco y paisaje en las guías de viaje del siglo XIX. *Historia Social*, 94, 23–46.
- Porter, D. (1994). *Frommer's Portugal '94- '95*. Macmillan.
- Prestipino, M., Aschoff, F., & Schwabe, G. (2006). *What 's the Use of Guidebooks in the Age of Collaborative Media Empirical Evaluation of Free and Commercial Travel Information*. 1–13.
- Proença, R. (1923). *Guia de Évora e seus Arredores*. Biblioteca Nacional de Lisboa.
- Proença, R. (1924). Lisboa e Arredores. Em *Guia de Portugal*. Biblioteca Nacional de Lisboa.
- Proença, R., & Dionísio, S. (1944). *Guia de Portugal: Beira*. Biblioteca Nacional de Lisboa.
- Proença, R., & Dionísio, S. (1964). *Guia de Portugal: I Douro Litoral*. Fundação Calouste Gulbenkian.
- Proença, R., & Dionísio, S. (1969). *Guia de Portugal: I Vila Real, Chaves e Barroso*. Fundação Calouste Gulbenkian.
- Proteau, J. (2019). “Not your ordinary guidebook”: gender and the redefinition of the nineteenth-century guidebook. *Studies in Travel Writing*, 1–20. <https://doi.org/10.1080/13645145.2019.1691808>
- Publicações. (1886, Março 4). *A Vanguarda*.
- Qian, J., Wei, J., & Law, R. (2018). Review of critical discourse analysis in tourism studies. *International Journal of Tourism Research*, 20(4), 526–537. <https://doi.org/10.1002/jtr.2202>
- Quanchi, M. (2004). The power of pictures: Learning-by-looking at Papua in illustrated newspapers and magazines. *Australian Historical Studies*, 35(123), 37–53.

- <https://doi.org/10.1080/10314610408596271>
- Quinteiro, S., & Baleiro, R. (2017). *Estudo em literatura e turismo: Conceitos fundamentais* (Universidade de Lisboa (Ed.)).
- Răcășan, B. S., & Gaman, G. (2015). Tourist Image of Romania Reviewed By International Travel Guides . Comparative Study : English , French and German Editions. *Journal of tourism – studies and research in tourism*, 19, 60–73.
- Raimundo, O. (2015). *António Ferro: o inventor do Salazarismo*. D. Quixote.
- Rajohnson, M. (2014). Les guides de Terre sainte au Moyen Âge. *Hypothèses*, 17(1), 37. <https://doi.org/10.3917/hyp.131.0037>
- Rakić, T. (2012). Narratives of National versus «Universal» Belonging of the Athenian Acropolis in Travel Guidebooks. Em J. Tivers & T. Rakić (Eds.), *Narratives of Travel and Tourism*. Ashgate.
- Rakić, T., & Chambers, D. (2012). *An Introduction to Visual Research Methods in Tourism*. Routledge.
- Raven, J. (2014). The industrial revolution of the book. Em L. Howsam (Ed.), *The Cambridge Companion to the History of the Book* (pp. 143–161). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CCO9781139152242.011>
- Reichard, M. (1820). *An itinerary of Spain and Portugal, or a complete guide to travellers through those countries*. Samuel Leigh.
- Reisinger, Y., & Turner, Lindsay. (2011). *Cross-Cultural Behaviour in Tourism*. Routledge. <https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-5668-9.50006-4>
- Reviejo, M. T. R. (2014). *De mapas y guías*.
- Richards, G., & Munsters, W. (2010). Developments and Perspectives in Cultural Tourism Research. Em *Cultural Tourism. Research Methods* (pp. 1–13).
- Richarson, P. (2012). A Family of Travellers. Em J. Tivers & T. Rakić (Eds.), *Narratives of Travel and Tourism*. Ashgate.
- Roberson, D. N. (2015). The travel guidebook: Catalyst for self-directed travel. *Tourism analysis : an interdisciplinary journal*, 20, 123–128. <https://doi.org/10.3727/108354215X14205687167824R>
- Robertson, I. (1988). *Blue Guide: Portugal* (3^a). A.& C. Black.
- Rodrigues, A. I. (2015). *Lake-destination image assessment: the case of the Alqueva lake, Portugal*. Universidade do Algarve.
- Rodrigues, A. I. (2018). Insights and perspectives about textual with visual data analysis:

- The use of photos as an example. Em A. P. Costa, L. P. Reis, F. N. de Souza, & A. Moreira (Eds.), *Advances in Intelligent Systems and Computing* (Vol. 621, pp. 291–305). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-61121-1_25
- Rodrigues, A. I., Correia, A., Kozak, M., & Tuohino, A. (2015). Lake-destination image attributes: Content analysis of text and pictures. *Advances in Culture, Tourism and Hospitality Research*, 10, 293–314. <https://doi.org/10.1108/S1871-317320150000010022>
- Rodrigues, A. I., & Costa, A. P. (2017). A imagem em investigação qualitativa: análise de dados visuais. Em J. Amado & N. M. de C. Crusoé (Eds.), *Referenciais Teóricos e Metodológicos de Investigação em Educação e Ciências Sociais* (pp. 195–218). Edições UESB.
- Rodrigues, A. I., Souza, F. N. de, & Costa, A. P. (2017). Análise de Dados Visuais: Desafios e Oportunidades à Investigação Qualitativa. *Revista de Pesquisa Qualitativa*, 5(8), 4–15. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.11524.63365>
- Rojek, C. (1997). Indexing , Dragging and the Social Construction of Tourist Sights. Em C. Rojek & J. Urry (Eds.), *Touring cultures: Transformations of Travel and Theory* (Número 1962, pp. 52–75). <http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:INDEXING+,+D RAGGING+AND+THE+SOCIAL+CONSTRUCTION+OF+TOURIST+SIGHTS#0>
- Rosa, A. A. (2013). Portugal para inglês ver: Murray’s Handbook for Travellers in Portugal, 1855. Em C. de E. A. Universidade de Lisboa (Ed.), “*A Scholar for all Seasons.*” *Homenagem a João de Almeida Flor.* (pp. 117–130). http://alexandra.assisrosa.com/HomePage/Publications_Publicacoes_files/Rosa2013a.pdf
- Rose, G. (2001). *Visual methodologies: An introduction to the interpretation of visual materials*. SAGE Publications.
- Rose, G. (2016). *Visual methodologies: An introduction to the interpretation of visual materials* (4.^a). SAGE Publications.
- Rosendo, J. (1968). *Portugal: Guia turístico*.
- Rubin, A., & Babbie, E. R. (2009). Essential research methods for social work. Em *Cengage Learning*.
- Sá, V. (2017). *Descrever Portugal: Guias turísticos e construção de identidades*. Novas edições académicas.

- Sá, V. (2019). As colónias portuguesas e o turismo: a visão dos guias de turismo. Em M. J. Castro (Ed.), *Empire and Tourism: An anthology of essays*. ArTravel.
- Salazar, N. B. (2012). Tourism Imaginaries: A Conceptual Approach. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 863–882. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.10.004>
- Salazar, N. B., & Graburn, N. H. H. (2014). Toward and Anthropology of Tourism Imaginaries. Em N. B. Salazar & N. H. H. Graburn (Eds.), *Tourism imaginaries: Anthropological approaches*. Berghahn Books.
- Saldaña, J. (2009). *The Coding Manual for Qualitative Researchers*. SAGE Publications.
- Santos, C. A. (2004). Framing Portugal. *Annals of Tourism Research*, 31(1), 122–138. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2003.08.005>
- Santos, C. A. (2006). Cultural politics in contemporary travel writing. *Annals of Tourism Research*, 33(3), 624–644. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.03.012>
- Santulli, F. (2011). Imágenes de Italia en las guías turísticas alemanas. Em M. V. Calvi & G. Mapelli (Eds.), *La lengua del turismo: Géneros discursivos y terminología* (Vol. 138, pp. 93–111). Peter Lang.
- Satrústegui, M. U. (2005). La escritura actual de los textos de viaje. Em L. Romero & P. A. Eiduayen (Eds.), *Los libros de viaje: Realidad vivida y género literario* (pp. 196–204). Ediciones Akal.
- Saunier, P. Y. (1993). Le guide touristique, un outil pour une possible histoire de l'espace: autour des guides de Lyon 1800-1914. *Géographie et Cultures*, 13, 35–54.
- Scarles, C. (2014). Tourism and the Visual. Em *The Wiley Blackwell Companion to Tourism* (pp. 325–335). John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781118474648.ch26>
- Schaff, B. (2009). John Murray's Handbooks to Italy: Making Tourism Literary. Em N. J. Watson (Ed.), *Literary Tourism and Nineteenth century culture*. Palgrave Macmillan UK. <https://doi.org/10.1057/9780230234109>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1991). *Consumer behavior*. Prentice Hall.
- Sekula, A. (1982). On the Invention of Photographic Meaning. Em V. Burgin (Ed.), *Thinking Photography*. Macmillan.
- Semmens, K. (2001). Book Review: German Travel Cultures. *German History*, 19(4), 629–631. <https://doi.org/10.1177/026635540101900425>
- Semmens, K. (2005). 'Travel in Merry Germany': Tourism in the Third Reich. Em J. K. Walton (Ed.), *Histories of Tourism: Representation, Identity and Conflict*. Channel

View Publications.

- Seoane, A. (2013). Les guides touristiques : vers de nouvelles pratiques discursives de contamination. *Mondes du tourisme*, 8, 33–43. <https://doi.org/10.4000/tourisme.81>
- Severo, N. H. T. S. (2013). *Guias de Viagem Franceses sobre Portugal - estudo exploratório*. Universidade do Porto.
- Sezgin, E., & Yolal, M. (2012). Golden Age of Mass Tourism: Its History and Development. Em *Visions for Global Tourism Industry - Creating and Sustaining Competitive Strategies*. InTech. <https://doi.org/10.5772/37283>
- Siegenthaler, P. (2002). Hiroshima and Nagasaki in Japanese guidebooks. *Annals of Tourism Research*, 29(4), 1111–1137. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00027-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00027-0)
- Sillitoe, A. (2004). *Leading the Blind: A Century of Guidebook Travel 1815-1914* (1.^a ed.). Macmillan.
- Silva, I. F. (1859). *Diccionario Bibliographico Portuguez: Estudos applicaveis a Portugal e ao Brasil*.
- Silva, J. (2010). «À Descoberta de Portugal» - o «Guia de Portugal» de Raúl Proença. *Lusíada. História*, 2(7), 133–165.
- Silver, I. (1993). Marketing authenticity in third world countries. *Annals of Tourism Research*, 20(2), 302–318. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(93\)90057-A](https://doi.org/10.1016/0160-7383(93)90057-A)
- Simon Wong, C. K., & Gladys Liu, F. C. (2011). A study of pre-trip use of travel guidebooks by leisure travelers. *Tourism Management*, 32(3), 616–628. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.05.013>
- Singh, N., & Formica, S. (2007). Level of Congruency in Photographic Representations of Destination Marketing Organizations' Websites and Brochures. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 15(3), 71–86. https://doi.org/10.1300/J150v15n03_05
- Sirakaya, E., & Sonmez, S. (2000). Gender images in state tourism brochures: An overlooked area in socially responsible tourism marketing. *Journal of Travel Research*, 38(4), 353–362. <https://doi.org/10.1177/004728750003800403>
- Smecca, P. D. (2009). Tourist guidebooks and the image of Sicily in translation. *Perspectives: Studies in Translatology*, 17(2), 109–119. <https://doi.org/10.1080/09076760903026366>
- Smedley, E., Rose, H. J., Coleridge, S. T., & Rose, H. J. (1845). *Encyclopaedia Metropolitana; or, universal dictionary of knowledge: Vol. XXIII*. London,.

<http://hdl.handle.net/2027/njp.32101078163134>

- Smith, S. (2001). *Moving Lives: 20th century Women's Travel Writing*. University of Minnesota Press.
- SNI (Ed.). (1950). *Bird's eye view of Portugal*.
- Sousa, M. Z. B. de. (1994). Portugal: Uma barbárie de pitorescas paisagens (Joseph Oldknow e John Manson Neale, dois ingleses entre nós em meados do século XIX). *Revista de estudos Anglo-Portugueses*, 3.
- Sousa, M. L. (2016). *A mobilidade automóvel em Portugal (1920 - 1950)*. Chiado Editora.
- Southey, R. (1797). *Letters witten during a short residence in Spain and Portugal*.
- Southward, J. (2009). *Dictionary of Typography and its Accessory Arts* (Vol. 1). Cambridge University Press.
- SPN. (1941). *Portugal: Guide book*.
- Stäheli, U. (2017). Traveling by Lists: Navigational Knowledge and Tourism. *Lili - Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik*, 47(3), 361–374. <https://doi.org/10.1007/s41244-017-0070-6>
- Stausberg, M., & Aukland, K. (2018). On Dragons and Elephants: Religion in Domestic and International Tourism in China and India. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 6(1). <https://doi.org/10.21427/D76T4>
- Stepchenkova, S., Kim, H., & Kirilenko, A. (2015). Cultural Differences in Pictorial Destination Images. *Journal of Travel Research*, 54(6), 758–773. <https://doi.org/10.1177/0047287514535849>
- Stepchenkova, S., & Mills, J. E. (2010). Destination image: A meta-analysis of 2000-2007 research. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 19(6), 575–609. <https://doi.org/10.1080/19368623.2010.493071>
- Stepchenkova, S., & Zhan, F. (2013). Visual destination images of Peru: Comparative content analysis of DMO and user-generated photography. *Tourism Management*, 36, 590–601. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.08.006>
- Steves, R. (1998). *Spain & Portugal*. John Muir Publications.
- Stiafna, B. (2016). *La Grèce moderne: dans les Guides-Joanne et les Guides Bleus (1861-1959)*. L'Harmattan.
- Stylianou-Lambert, T. (2012). Tourists with cameras: Reproducing or Producing? *Annals of Tourism Research*, 39(4), 1817–1838. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.05.004>
- Suzuki, K. (2003). A Comparative Study in Tourist of the Spatial Descriptions in Tourist

- Guidebooks. *Geographical Review of Japan*, 76(5), 249–269.
<https://doi.org/10.4157/grj.76.249>
- Suzuki, K., & Wakabayashi, Y. (2005). Cultural differences of spatial descriptions in tourist guidebooks. *Spatial Cognition IV. Reasoning, Action, Interaction*, 147–164.
https://doi.org/10.1007/978-3-540-32255-9_9
- Symington, M. (1994). *Essential Portugal*. AA Publishing.
- Symington, M. (1999). *Portugal with Madeira & the Azores*. DK Publishing, Inc.
- Tailanga, S., Ruenbanthoeng, T., Kuldilok, K., & Prasannam, N. (2016). Thailand through travel writings in English: An evaluation and representation. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 37(1), 1–6. <https://doi.org/10.1016/j.kjss.2016.01.006>
- Tavares, M. (1987). *Guia turístico cultural e artístico de Portugal* (C. Miranda (Ed.)).
- Tchoukarine, I. (2005). Un espace offert au tourisme : représentations de la Yougoslavie dans les guides touristiques imprimés français et yougoslaves au XXe siècle. *Études Balkaniques*, 12(12), 221–251. <http://etudesbalkaniques.revues.org/120>
- Tegelberg, M. (2010). Hidden sights: Tourism, representation and Lonely Planet Cambodia. *International Journal of Cultural Studies*, 13(5), 491–509.
<https://doi.org/10.1177/1367877910372707>
- Tejero, C. M. (2018). Camões, Mariana Alcoforado ou o vazio. Implicações culturais e identitárias do turismo em Portugal. *Acta Scientiarum*, 40(1).
<https://doi.org/10.4025/actascilangcult.v40i1.35163>
- Tejero, C. M. (2016). Interseções entre turismo e literatura: o olhar turístico na construção do Portugal literário. Desenho da investigação e considerações sobre o corpus. Em S. R. Relvas, R. Morgan-Tamosunas, & M. G. Bedoya (Eds.), *Iberian Interconnections* (pp. 79–94).
- The Editors of Encyclopædia Britannica. (1998). Eugene Fodor. Em *Encyclopædia Britannica, inc.* Encyclopædia Britannica, inc.
<https://www.britannica.com/biography/Eugene-Fodor>
- Therkelsen, A., & Sørensen, A. (2005). Reading the Tourist Guidebook: Tourists, ways of reading and relating to guidebooks. *Journal of Tourism Studies*, 16(1), 48–60.
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=hjh&AN=17867935&site=ehost-live>
- Thurlow, C., & Jaworski, A. (2011). Tourism discourse: Languages and banal globalization. *Applied Linguistics Review*.

<https://doi.org/10.1515/9783110239331.285>

- Timmons, N. (1992). *Off the beaten Track: Portugal*. Moorland Publishing.
- Tivers, J., & Rakić, T. (2012). Introducing the Narratives of Travel and Tourism. Em *Narratives of Travel and Tourism* (pp. 1–6). Ashgate.
- Topler, J. P. (2018). Convertir a los lectores de travelogue en turistas: Representaciones de los destinos turísticos a través de las características lingüísticas. *Cuadernos de Turismo*, 42. <https://doi.org/10.6018/turismo.42.20>
- Toulier, B. (2000). L'influence des guides touristiques dans la représentation et la construction de l'espace balnéaire (1850-1950). *Les guides imprimés du XVIe au XXe siècle. Villes, paysages, voyages*, 239–259. www.culture.gouv.fr/culture/inventai/telechar/toulier.pdf
- Towner, J. (1984). The grand tour. Sources and a methodology for an historical study of tourism. *Tourism Management*, 5(3), 215–222. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(84\)90040-2](https://doi.org/10.1016/0261-5177(84)90040-2)
- Towner, J. (1995). What is tourism's history? *Tourism management*, 339–343. [https://doi.org/0261-5177\(95\)00032-1](https://doi.org/0261-5177(95)00032-1)
- Towner, J. (2000). Guidebook. Em *Encyclopedia of Tourism* (p. 267). Routledge.
- Travlou, S. P. (2000). *Urban tourism in Athens: tourist myths and images* [Durham University]. <http://theses.dur.ac.uk/4521/>
- Travlou, S. P. (2002). Go Athens: A journey to the center of the city. Em S. Coleman & M. Crang (Eds.), *Tourism: Between Place and Performance* (pp. 108–127). Berghahn Books.
- Tromanhouse, D., & Schwarz, G. (Eds.). (1991). *Let's Go: Spain, Portugal and Morocco* (1.^a). St. Martin's Press.
- Tsai, C.-Y., Lo, C.-L., & Tseng, H.-T. (2017). Metaphor and simplification strategies in the design of tourist guidebooks. *Journal of the Chinese Institute of Engineers*, 40(6), 536–546. <https://doi.org/10.1080/02533839.2017.1356691>
- Urry, J. (1995). *Consuming Places*. Routledge.
- Urry, J. (2002). *The Tourist Gaze* (2.^a). SAGE Publications.
- Vajda, J. (2010). Les guides de voyage en Europe (XIXe - XXe siècle), instruments de diffusion d'une culture architecturale. *Sociétés & Représentations*, 2(30), 280. <https://doi.org/10.3917/sr.030.0141>
- Valerón, L. M., & Reguera, J. M. R.-V. (2018). Visions of the principality of Asturias

- through guidebooks and similar publications, 1880s-1980s. Em R. Raus, G. Cappelli, & C. Flinz (Eds.), *Le guide touristique: lieu de rencontre entre lexique et images du patrimoine culturel - Vol. I*. Firenze University Press.
- Valverde Y Álvarez, E. (1886a). *Nueva guia del viajero en España y Portugal: zona central y septentrional*.
- Valverde Y Álvarez, E. (1886b). *Nueva guia del viajero en España y Portugal: zona oriental, occidental y meridional*.
- van Gorp, B. (2012). Guidebooks and the Representation of «Other» Places. Em *Strategies for Tourism Industry - Micro and Macro Perspectives*. InTech. <https://doi.org/10.5772/38410>
- Vaughan, J. (1974). *The English guidebooks c.1780-1870: An illustrated history*. David&Charles.
- Vázquez, M. E. P. (2011). Verbos de percepción sensible e intelectual en las guías y en la publicidade turística. Em *Linguistic Insight - Studies in language and communication*. Peter Lang.
- Veal, A. J. (2006). *Research methods for leisure and tourism: A practical guide* (3.^a ed.). Pearson Education Limited.
- Veblen, T. (1994). *The theory of the leisure class* (C. Ward (Ed.)). Dover Publications.
- Verhoeven, G., & Payrhuber, N. (2018). ‘Les pèlerins de la saison sèche’: Colonial Tourism in the Belgian Congo, 1945–60. *Journal of Contemporary History*. <https://doi.org/10.1177/0022009418761215>
- Vestito, C. (2006). *Tourism Discourse and the Representation of Italy: a Critical Analysis of English Guidebooks*. Università degli studi di Napoli «Federico II».
- Vicente, A. (2008). Introdução à edição portuguesa e notas biográficas sobre as autoras. Em *Duas inglesas em Portugal: Uma viagem pelo país nos anos 40*. Quidnovi.
- Vincent, J. (2012). Les paradis de papier : les sites balnéaires bretons magnifiés par les guides (1860-1939). *Annales de Bretagne et des pays de l'Ouest*, 119–4, 99–112. <https://doi.org/10.4000/abpo.2496>
- Voase, R. (1999). ‘Consuming’ tourist sites/sights: A note on York. *Leisure Studies*, 18(4), 289–296. <https://doi.org/10.1080/026143699374862>
- Waite, G., & Head, L. (2002). Postcards and frontier mythologies: Sustaining views of the Kimberley as timeless. *Environment and Planning D: Society and Space*, 20(3), 319–344. <https://doi.org/10.1068/d269t>

- Walton, J. K. (2005). Introduction. Em J. K. Walton (Ed.), *Histories of Tourism: Representation, Identity and Conflict*. Channel View Publications.
- Walton, J. K. (2009). Histories of Tourism. Em M. Robinson & T. Jamal (Eds.), *The SAGE Handbook of Tourism Studies* (1.^a ed.). SAGE Publications.
- Walton, J. K. (2013). British Tourists and the Beaches of Europe, from the Eighteenth Century to the 1960s. Em M. Farr & X. Guégan (Eds.), *The British abroad since the eighteenth century: Travellers and tourists*. Palgrave Macmillan UK.
- Wang, N. (2000). Tourism and Modernity: A Sociological Analysis. Em *Tourism social science series*. Pergamon.
- Weber, C. (2008). Popular visual language as global communication: the remediation of Airline Flight 93. Em C. M. Constantinou, O. P. Richmond, & A. M. Watson (Eds.), *Cultures and Politics of Global Communication*. Cambridge University Press.
- Wilkins, K. (2012). Travel Narratives of the Victorian Elite: The case of the London Season. Em J. Tivers & T. Rakić (Eds.), *Narratives of Travel and Tourism*. Ashgate.
- Wilkinson, J., & King, J. (1999). *Portugal* (2.^a). Lonely Planet Publications Pty Ltd.
- Wilson, E., Holdsworth, L., & Witsel, M. (2009). Gutsy Women? Conflicting Discourses in Women's Travel Guidebooks. *Tourism Recreation Research*, 34(1), 3–11. <https://doi.org/10.1080/02508281.2009.11081570>
- Withers, C. W. J., & Keighren, I. M. (2011). Travels into print: authoring, editing and narratives of travel and exploration, c.1815-c.1857. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 36(4), 560–573. <https://doi.org/10.1111/j.1475-5661.2011.00437.x>
- Withey, L. (1998). *Grand tours and Cook's tours*. Aurum Press Ltd.
- Wood, R. K. (1913). *The tourist's Spain and Portugal*. Dodd, Mead and Company.
- Wright, T. (2011). Press Photography and Visual Rhetoric. Em L. Pauwels & E. Margolis (Eds.), *The SAGE Handbook of Visual Research Methods* (pp. 317–336). SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781446268278.n17>
- Wynne-Hughes, E. (2012). 'Who would go to Egypt?' How tourism accounts for 'terrorism'. *Review of International Studies*, 38(3), 615–640. <https://doi.org/10.1017/S0260210511000805>
- Yenckel, J. T. (1990, Setembro 30). Guide to Guidebooks. *The Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/archive/lifestyle/travel/1985/02/24/a-guide-to-the-guidebooks/c79793dc-574a-4864-a754-30b897de7f25/>

- Young, T. (2009). Framing experiences of Aboriginal Australia: Guidebooks in backpacker travel. *Tourism Analysis*, 14(2), 155–164. <https://doi.org/10.3727/108354209789116556>
- Zabalza, M. (2012). Descripción y narración en las primeras guías turísticas de Navarra (1904-1929). *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(2006), 25–37. www.pasosonline.org
- Zillinger, M. (2004). *German tourists and their use of guidebooks in Sweden*. <http://miun.diva-portal.org/smash/get/diva2:133808/FULLTEXT01>
- Zillinger, M. (2006). The Importance of Guidebooks for the Choice of Tourist Sites: A Study of German Tourists in Sweden. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 6(3), 229–247. <https://doi.org/10.1080/15022250600869427>
- Zuelow, E. (2016). *A History of Modern Tourism*. Palgrave.

Apêndice

	<i>Autor(es)</i>	<i>Contexto</i>	<i>Conclusões</i>
<i>Abordagens específicas sobre cidades, regiões ou países</i>	<i>Castro (2012)</i>	O Porto nos guias de 1864 a 2011	<ul style="list-style-type: none"> • Desde o século XIX, data dos primeiros guias sobre o Porto, a cidade sentiu uma evolução patente nesses mesmos guias. • Inicialmente, não incluíam qualquer componente imagética, pelo que o leitor só poderia reconstituir e conhecer a cidade através da componente textual. • No século XX, deu-se a viragem para tornar os guias mais práticos, e com uma maior incidência na imagem e não tanto no texto.
	<i>Cormark (2013)</i>	Guias Murray e Black sobre a Escócia	<ul style="list-style-type: none"> • O guia é visto frequentemente como efêmero, mas pode fornecer informações sobre o mercado editorial e sobre a indústria do turismo. • Para entender os guias como texto, é necessário analisar a sua estrutura e a sua função.
	<i>Gonçalves (2008)</i>	A Lisboa dos e nos guias turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • As representações da cidade nos guias refletem mais acentuadamente as mudanças político-ideológicas que ocorreram na sociedade portuguesa durante o século XX, do que as dinâmicas sociais associadas ao turismo e às modas do mercado, e mesmo até das transformações urbanísticas da cidade. • A pertinência da fonte documental nos guias turísticos. Nos guias de produção portuguesa encontra-se uma atitude crítica perante a cidade que descrevem, afastando-se do discurso “referencial”, dirigindo-se nessa medida menos aos estrangeiros e preferencialmente aos lisboetas. • A fonte documental “guias turísticos” revela-se como uma fonte particularmente rica para observar as cristalizações imagéticas da cidade que têm alimentado o fazer e o viver quotidiano de Lisboa.
	<i>Gonçalves (2015)</i>	A Lisboa dos guias turísticos ingleses e franceses no século XX	<ul style="list-style-type: none"> • Até à última década do século XX, tendo como indicador a edição guionista durante o século, Lisboa ocupou um lugar de destino turístico periférico para ingleses e franceses, apesar de, através dos guias, esta cidade surgir num lugar geo-histórico particularmente interessante. • A segunda grande guerra pôs fim ao ciclo das grandes metrópoles imperiais. • Lisboa também foi declinando, embora política e simbolicamente se imaginasse ainda um centro imperial. • No caso dos guias de edição francesa e inglesa para o mesmo arco temporal, o interesse maior pela visita à cidade residiu no seu grau de afastamento da cidade moderna, metropolitana ou sobremoderna, preferência acolhida na vontade política e

		simbólica dos gestores e planificadores do município, mas também pela economia do turismo.
<i>Zabalza (2012)</i>	Navarra nos primeiros guias	<ul style="list-style-type: none"> • A análise confirmou a existência de um <i>continuum</i> entre o modelo textual histórico-descritivo, característico dos guias publicados no final do século XIX e os modelos que tiveram como referência Baedeker. • O léxico desempenha uma função relevante na construção da imagem do lugar e, por isso, o emissor leva a cabo uma seleção de substantivos, adjetivos e expressões verbais.
<i>Matos & Bernardo (2013)</i>	Os guias de viagem e a valorização do Alentejo como espaço de turismo	<ul style="list-style-type: none"> • 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 caminhos de ferro, mas as sociedades promotoras do turismo publicaram também algumas obras.
<i>Meulendijks (2017)</i>	Análise às representações das Índias Orientais Holandesas nos guias	<ul style="list-style-type: none"> • Os guias em análise apresentavam não só as Índias Orientais Holandesas ao mundo, mas também o império em si. • Os guias dão relevo à superioridade do colonizador perante o colonizado e medeiam a noção de que o imperialismo seria um projeto benevolente.
<i>Garrod & Kosowska (2012)</i>	Imagem de Goa nos guias	<ul style="list-style-type: none"> • Os guias tendem a criar uma imagem orientalista de Goa. • O reposicionamento de um destino pode falhar caso os elementos controláveis para o mesmo não sejam suficientemente poderosos para contrariar as imagens provenientes de fontes fora do controlo.
<i>Siegenthaler (2002)</i>	Hiroshima e Nagasaki nos guias japoneses	<ul style="list-style-type: none"> • O estudo demonstra algumas das formas como os guias representam e respondem a algumas imagens dos destinos que cobrem, refletindo uma memória seletiva sobre os acontecimentos. • Os guias refletem o hábito da memória seletiva, normalmente identificada como uma característica da sociedade japonesa do pós-guerra. • A imagem do “Japão como vítima” não tem ênfase nos guias. • A negação da memória da guerra é uma parte notória dos guias analisados.
<i>Vestito (2006)</i>	Discurso e representações da Itália nos guias ingleses	<ul style="list-style-type: none"> • As representações dos locais surgem através de comparações. • Ao recorrer a comparações, o guia constrói a experiência do destino. • As comparações surgem para dar ênfase às diferenças e similaridades do destino com outros locais.
<i>Marine-Roig (2011)</i>	A imagem e identidade da	<ul style="list-style-type: none"> • Os destinos são representados por imagens que carregam elementos simbólicos, sendo que estes evoluem ao longo dos anos, especialmente com o surgimento de mitos.

	costa catalã nos guias do século XX	<ul style="list-style-type: none"> • Os guias variam consideravelmente na representação da cultura catalã consoante a época em que foram concebidos; • Os guias provaram ser ferramentas extremamente valiosas como “contadores de histórias” e testemunhos da história e tendências do seu tempo. • Fornecem importantes informações sobre a construção e evolução da imagem do destino.
<i>Lew (1992)</i>	As representações presentes nos guias de Singapura	<ul style="list-style-type: none"> • Diferentes guias são escritos para diferentes tipos de visitantes de forma a ir ao encontro das necessidades individuais; • Cada guia oferece uma perspetiva distinta baseada no seu mercado.
<i>Barreira (2005)</i>	Os guias de Berlim	<ul style="list-style-type: none"> • Os guias turísticos das últimas décadas são uma herança readaptada dos catálogos e narrativas do século XIX sobre a cidade. • Os guias são “legitimadores de cenários e emblemas da memória social • Os guias impressos são também sintoma dos processos sociais de anonimato que ocorrem na metrópole contemporânea, em substituição da informação pessoal, advinda do contato interativo face a face. • Os autores dos guias, na maioria das vezes, são desconhecidos e dirigem suas informações e apelos para um conjunto potencial de pessoas pertencentes a um espaço público impessoal
<i>Bhattacharyya (1997)</i>	Análise semiótica aos guias da Índia	<ul style="list-style-type: none"> • Os guias são seletivos na informação que apresentam e usam uma perspetiva ocidental. • São ignoradas informações importantes sobre a cultura e o dia-a-dia indiano em favor de outras informações menos relevantes.
<i>Nelson (2012)</i>	A construção da Eslovénia como destino turístico nos guias	<ul style="list-style-type: none"> • Os guias são extremamente poderosos na construção socio-espacial de um destino. • A autoria dos guias não é importante para os leitores, patente na falta de informação existente sobre os mesmos. • Os autores tendem a não relatar como <i>insiders</i> para criar uma impressão de objetividade. • Os autores escrevem em termos definitivos para apresentar a sua construção do destino como um “facto”. • Alguns guias reproduzem divisões entre os destinos de acordo com as conceções tradicionais da Europa Ocidental.
<i>Galani-Moutafi (2015)</i>	A Grécia no discurso turístico	<ul style="list-style-type: none"> • O imaginário cultural da Grécia que prevalece na indústria do turismo tem raízes na singularidade da orientalização do país ao longo da história.

		<ul style="list-style-type: none"> • O discurso fundado na crença de uma superioridade Ocidental resulta em representações da Grécia como tendo uma identidade que é metade Oriental e metade europeia. 	
<i>Garcia-Fuentes (2016)</i>	Construção de Montserrat pelos <i>media</i> de massa	<ul style="list-style-type: none"> • O desenvolvimento de Montserrat moderno ao longo do século XIX e início do século XX demonstra a eficácia dos guias como fontes de memória coletiva e pessoal. • Os <i>media</i> de massa moldam a leitura dos locais que representam. 	
<i>Rakic (2012)</i>	Narrativas sobre a Acrópole ateniense nos guias	<ul style="list-style-type: none"> • Muitos dos guias incluem não só narrativas sobre a Acrópole, mas também imagens. • Ambos permitem aos leitores imaginarem o local mesmo antes da visita. 	
<i>Menero (1999)</i>	A imagem de Valência nos guias entre 1840 e 1930	<ul style="list-style-type: none"> • Os guias começam por ser meras agendas para, no final do período em análise, se converterem em documentos pensados para a viagem e o viajante. • As metodologias também se alteram no período em análise. 	
<i>Picone (2013)</i>	San Carlos de Bariloche segundo os guias	<ul style="list-style-type: none"> • Os guias analisados estão pensados para uma elite radicada em Buenos Aires. • Os guias tentavam mostrar que a oferta hoteleira era adequada ao público-alvo. 	
<i>Garofalo (2012)</i>	Os guias azuis sobre Saragoça	<ul style="list-style-type: none"> • Os guias azuis são um produto híbrido, isto é, encontram-se a meio caminho entre os guias culturais e os guias práticos. • O autor renuncia a um discurso impessoal, optando por uma relação empática com o leitor. 	
<i>História dos guias</i>	<i>Matos & Santos (2004)</i>	Os guias na emergência do turismo contemporâneo em Portugal	<ul style="list-style-type: none"> • Como qualquer outro produto, o produto turístico tem um ciclo de vida e a edição de guias e roteiros não só o ajuda a vender como reflete as sucessivas alterações e adaptações que ele vai tendo ao longo dos anos; • Os guias são um manancial de informações que encerram uma importante fonte para o estudo da evolução de localidades, cidades, regiões e países, fornecendo dados para uma melhor compreensão das dinâmicas económicas, sociais, geográficas e culturais;
	<i>Matos, Santos et al. (2008)</i>		<ul style="list-style-type: none"> • A publicação de guias foi um elemento essencial no desenvolvimento do turismo, sendo através destas publicações que os destinos se deram a conhecer, mas também onde os turistas buscavam informação necessária à viagem;
	<i>Vaughan (1974)</i>	Guias ingleses entre 1780 e 1870	<ul style="list-style-type: none"> • Os guias merecem ser estudados por direito próprio. • O desenvolvimento dos guias ingleses seguiu os padrões económicos e sociais do país. Em casos raros, o próprio guia terá estimulado essas mudanças. • É mais fácil reconhecer um guia do que defini-lo.

		<ul style="list-style-type: none"> • O período de desenvolvimento dos guias ingleses irá coincidir com um período de desenvolvimento na cartografia.
<i>Parsons (2007)</i>	História dos guias	<ul style="list-style-type: none"> • Muitos dos livros de peregrinações da Idade Média são de um estilo misto, combinando relatórios pessoais, materiais copiados de outras fontes, <i>road book</i> e uma topografia devocional. • O progressivo abandono das obras de carácter “apodémico” ou de peregrinação coincide com a preocupação dos jovens da nobreza em se prepararem para uma carreira na política ou diplomacia. • Apesar do contexto, os guias confiáveis da época produzidos na Europa preservam um espírito de imparcialidade científica. • Durante os séculos XX e XXI a procura de guias aumentou, mas o género fragmentou-se. • Apesar das potencialidades dos meios digitais, a morte anunciada dos guias era exagerada.
<i>van Gorp (2012)</i>	Guias e a representação dos locais	<ul style="list-style-type: none"> • Os guias são uma importante fonte de informação para os turistas e têm vantagens específicas em relação a outros textos de turismo. • Influenciam as expectativas e o comportamento do turista; • Os guias estão muito ligados ao passado dos destinos, com o seu olhar sobre monumentos, artefactos e pessoas do passado. • O termo <i>guide-book</i> foi usado pela primeira vez no poema “Don Juan” de Lord Byron em 1823, embora o termo <i>guide</i> como referência a um livro seja mais antigo.
<i>Buzard (1993)</i>	Europa, literatura e cultura entre 1800 - 1918	<ul style="list-style-type: none"> • Os primeiros guias uniram várias funções. • Poemas, romances e relatos de viagem tendem a oferecer, não menos do que os guias, uma mistura de funções diegéticas e miméticas. • Parcialmente como resultado dos esforços de Murray e Baedeker, nos dias de hoje fazemos uma distinção no campo da literatura de viagens entre o guia objetivo, informativo, por um lado, e, por outro, o “livro de viagens” impressionista. • Nos tempos que antecederam o guia moderno, esta distinção era escassa.
<i>Fic (2018)</i>	Guias femininos do final do século XX	<ul style="list-style-type: none"> • Os guias da década de 1990 reforçaram o mito cultural da vulnerabilidade feminina. • À semelhança de outros meios de comunicação, possuíam um discurso para gerar medo. • Representam uma nova era da literatura tendo as mulheres em mente.
<i>Anisimov et al. (2016)</i>	A literatura na emergência do turismo na Rússia imperial	<ul style="list-style-type: none"> • A publicação de guias foi sensível às diferentes fases de formação da indústria turística na Rússia. • Na primeira metade do século XIX os guias estavam concentrados essencialmente nas grandes cidades.

			<ul style="list-style-type: none"> • Só recentemente é que a investigação sobre o papel dos guias no desenvolvimento da indústria do turismo, na formação da cultura de consumo, no desenvolvimento social e económico das regiões, assim como na formação da identidade, conheceu um desenvolvimento significativo. • Os guias não foram só um fenómeno cultural que ajudou à construção de percepções do espaço e a diferenciar identidades, foram também complexos artefactos que combinam interações culturais e de organização de marketing. • Desempenharam um papel importante no processo de tornar a viagem numa parte importante da prática social. • Resulta da interseção entre diferentes tipos de literatura e desenvolveu-se lentamente entre 1800 e a década de 1850. • Em muitos casos, os autores não usavam textos originais. • No final do século XIX assiste-se a uma gradual diversificação no que diz respeito aos autores e a um crescimento neste tipo de publicações, dando menos atenção ao conteúdo educacional, focando-se mais em aspetos práticos e tendo uma vertente comercial, visível na crescente quantidade de publicidade.
	Korell (2018)	A narração dos espaços religiosos para turistas	<ul style="list-style-type: none"> • Os guias não são lidos da primeira à última página pelos turistas. • Na atualidade os guias procuram fornecer independência aos turistas • Os escritores dos guias são uma mistura entre escritores, <i>freelancers</i> e jornalistas.
<i>Guias e a cartografia</i>	<i>Martins (2011)</i>	Os guias e a cartografia	<ul style="list-style-type: none"> • Os livros-guia, dispensando floreios de erudição e dispensando o excesso de informação, forçam ao indispensável, encontrando-se em torno da cartografia uma importante ferramenta de apoio aos viajantes. • Houve uma importância crescente da cartografia inscrita nos guias a partir da década de 1850 até finais do século XIX.
<i>Guias, a arquitetura e o património</i>	Vajda (2010)	Guias como instrumentos de difusão da arquitetura	<ul style="list-style-type: none"> • A profissão de arquiteto não é valorizada nos guias do século XIX. • Nos guias de 1860-1880 a arquitetura recente é invisível. • No final do século XIX, a viagem passa a ser dirigida para a visualização de ruínas, igrejas, palácios, isto é, tudo o que encerra valor patrimonial. • Entre as décadas de 1950 e 1970, os guias interessaram-se mais sobre as transformações recentes da arquitetura e do urbanismo.
	Petermann (2018)	Guias e a representação do património lionês	<ul style="list-style-type: none"> • Durante a primeira metade do século XX, as descrições dos guias concentravam-se no património mais importante. • Os guias mais recentes dão relevo à diversidade do património lionês.

<i>Globalização do turismo</i>	<i>Antonescu & Stock (2013)</i>	<p>Guias como fonte para uma perspectiva geohistórica do turismo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Existem diferentes períodos no desenvolvimento do turismo de acordo com diferentes autores. • Não existem estatísticas que permitam analisar os primeiros tempos de desenvolvimento do turismo. • Vários autores demonstraram que os guias são uma fonte rica para a investigação. • Os guias têm condições para serem usados como fonte para uma investigação científica.
	<i>Realidade e representação alemã</i>	<i>Cordeiro (2010)</i>	<p>Portugal na literatura turística Alemã (1980-2006)</p>
<i>Lima de Matos (2007)</i>		<p>Turismo e livros de viagem da RDA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ainda que, ao contrário do que acontecera no mercado livreiro do «mundo capitalista», na RDA não se tenha assistido a uma subdiferenciação (mais ou menos) clara do campo da literatura de viagens em obras literárias mais próximas da <i>belletristik</i>, por um lado, e em guias de viagem de índole pragmática, por outro, com o exponencial aumento do turismo transfronteiriço a partir da década de 1970, altura em que parte significativa dos cidadãos da RDA passaria a encetar viagens regulares aos países socialistas vizinhos, constatou-se uma proliferação de toda a espécie de livros de viagens. • Ao contrário do que é sugerido pela maioria dos trabalhos de investigação dedicados à literatura de viagens da RDA, o país não se limitou a constituir uma reserva anacrónica da «literatura de viagens propriamente dita», ou seja, de um género que aí teria continuado a ser cultivado por «verdadeiros» escritores de viagens.

	<i>Koshar (1998)</i>	Guias e a identidade nacional na Europa e Alemanha	<ul style="list-style-type: none"> • Os guias Baedeker eram a “Bíblia” do turismo. • Os guias foram criados para serem usados nos locais da viagem e, em comparação com os guias primitivos e os relatos de viagem, eles são mais práticos, mais objetivos e estandardizados. • A produção de guias mais baratos refletiu o facto de que novos grupos com menores rendimentos estaria a entrar no mercado turístico. • Os guias funcionaram como manuais no complexo processo através do qual os turistas aprenderam a consumir o tempo e o espaço.
	<i>Zillinger (2006)</i>	A importância dos guias para a tomada de decisão	<ul style="list-style-type: none"> • Os guias são elementos centrais no processo de criação da imagem dos destinos e na sua seleção, contribuindo também para que outros sejam ignorados. • Ao contrário de outros tipos de literatura turística, os guias apresentam uma imagem pouco estereotipada da Suécia.
	<i>Zillinger (2004)</i>	Uso dos guias por parte dos turistas alemães na Suécia	<ul style="list-style-type: none"> • Os guias alemães apresentam predominantemente as regiões que têm as mais altas taxas de dormidas de turistas alemães na Suécia. • A presença de uma região no guia influencia a popularidade da mesma. • A investigação demonstrou que os estereótipos são utilizados amplamente na literatura turística. • Ao selecionar e apresentar os destinos, os guias contribuem para estabelecer uma certa imagem da Suécia como destino turístico; • Ao mesmo tempo são criados novos clichés; • Por vezes, em vez de atualizar a informação existente, os guias fazem com que a informação obsoleta perdure;
	<i>Santulli (2011)</i>	Itália nos guias alemães	<ul style="list-style-type: none"> • A imagem da Itália nos guias está relacionada com lugares comuns, estereótipos, pensamentos típicos de uma cultura média, mostrando, no entanto, uma evolução ;
<i>Representações dos guias</i>	<i>Cordeiro (2011b)</i>	Linguística e guias	<ul style="list-style-type: none"> • Os guias dirigidos a diferentes públicos não diferem significativamente entre eles na forma como apresentam a língua portuguesa. • A “comodificação linguística” procura satisfazer as necessidades dos turistas, oferecendo-lhes orientações linguísticas e dando a sensação de que aprender a língua do destino é o equivalente a ter uma significativa imersão cultural. • As representações linguísticas em turismo não escapam a um discurso altamente ideológico e seletivo.
	<i>Cordeiro (2011a)</i>	Imaginários turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Filmes e guias partilham mecanismos comuns de construção cultural, modelagem, reprodução e consolidação.

		<ul style="list-style-type: none"> • Os filmes e os guias analisados convergem para uma representação de Lisboa como um anacronismo periférico da Europa, um refúgio da pré-modernidade. • Os discursos turísticos e cinematográficos caracterizam Lisboa e Portugal como espaços distintos de singularidade e autenticidade, de inércia cultural e imobilidade, contribuindo para a perpetuação de um imaginário turístico em que o país permanece imutável. • Como poderosos criadores de imagem e identidades, legitimam as construções ideológicas que estão subjacentes aos imaginários turísticos.
<i>Bender, et al. (2013)</i>	<i>Estereótipos nos guias</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Os estereótipos são usados frequentemente nos guias para representar e interpretar o que os turistas irão ver. • A presença dos estereótipos reflete o carácter etnocêntrico dos guias. • O senso comum de que os guias são autónomos e com fontes de informação autênticas necessita de ser questionado.
<i>Durand (2005)</i>	<i>Espanha vista pelos viajantes entre 1755 e 1846</i>	<ul style="list-style-type: none"> • A literatura de viagem constitui uma fonte privilegiada para o estudo da formação e difusão de uma determinada imagem do outro. • São polivalentes no valor documental, oferecendo uma série de informações, comentários e aspetos que correspondem a uma visão específica.
<i>Del Río & Zúñiga (2006)</i>	<i>Construção da identidade Andaluza</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Todos os guias têm como denominador comum a intenção em apresentar a Andaluzia. • Os guias e os livros de viagem do século XX dão a conhecer e mantêm o imaginário andaluz, não realizando um esforço para atualizar o discurso, copiando-o dos seus antecessores.
<i>Delmas (2012)</i>	<i>A representação da Gronelândia nos guias Lonely Planet</i>	<ul style="list-style-type: none"> • O estudo dos guias é uma forma de analisar a representação do destino e a realidade. • O recurso aos guias como material científico permite perceber a forma distorcida como os destinos são descritos.
<i>Pérez (2012)</i>	<i>Representação dos Guna Yala</i>	<ul style="list-style-type: none"> • As imagens criadas pelos guias internacionais são estereotipadas, mas também falseiam a complexa realidade guna, criando regimes de mentira. • Os estereótipos e mentiras são usados como armas discursivas.
<i>Bonin (2001)</i>	<i>A representação da paisagem do Loire pelos guias</i>	<ul style="list-style-type: none"> • O guias apresentam uma acumulação de sensibilidades paisagísticas. • A evolução do discurso dos guias conduz a uma valorização do Vale do Loire. • Os resultados reforçam a possibilidade de estudar os guias como um código de uma ideologia espacial e não apenas da ideologia do turismo.

	Young (2009)	<i>Os guias como mediadores</i>	<ul style="list-style-type: none"> • A maioria dos <i>backpacker</i> compram o guia no país de origem. • Alguns mantêm o guia depois da viagem como um <i>souvenir</i> da mesma. • Os guias são usados durante três fases (antes, durante e depois da viagem), embora maioritariamente, durante a viagem.
	Ogden (2017)	<i>Afeto e autenticidade nos guias de Cuba</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Os guias fornecem uma interpretação através de termos específicos de afetividade; • Os guias fornecem informação sobre a cultura local de uma forma que reforça os estereótipos; • Os guias são uma das formas onde os estereótipos de género e raciais são traçados e perpetuados.
	Manosso et.al. (2015)	<i>As atrações turísticas pelos guias</i>	<ul style="list-style-type: none"> • A investigação com recursos aos guias turísticos pode ser considerada enriquecedora, principalmente quando se discute e analisa a avaliação de como os mesmos apresentam a cidade tanto aos turistas reais quanto aos turistas potenciais.
Impacto e uso dos guias	Peel & Sorensen (2016a)	<i>Impacto e uso dos guias</i>	<ul style="list-style-type: none"> • A conceptualização do guia de viagem é um trabalho desafiante. • Existe falta de literatura no que diz respeito à conceptualização do guia de viagem. • A criação de uma perspetiva conceptual que combina a representação literária e as formas de uso elucida certas características dos guias como género. • Os guias são usados esporadicamente nas redações sobre a história do turismo ocidental, mas de forma pouco focada no que diz respeito à influência dos mesmos. • O não sistemático uso dos guias como fonte para a escrita da história do turismo mostra o estágio ainda inicial da evolução no campo da história do turismo. • Existe uma perpetuação da dicotomia turista/viajante.
	Simon Wong & Gladys Liu, (2011)	<i>Uso pré-viagem dos turistas de lazer</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Existe uma forte procura, por parte dos utilizadores de guias, de livros sobre atrações, gastronomia e novas experiências. • As necessidades funcionais são o fator mais importante; • A melhoria do itinerário é o segundo fator mais importante para a consulta dos guias. • A qualidade da informação surge como terceiro fator. • Os guias são usados por diferentes razões: melhoria do itinerário, qualidade de informação, interesse pessoal, segurança, entre outros. • A viagem é intangível e a experiência total é superior às partes que são oferecidas aos turistas. A leitura dos guias é a primeira componente da viagem. • Enquanto o guia de viagem oferece ao turista uma gama de informações com a capacidade de o inspirar, outras fontes fornecem uma informação mais fragmentada.

	Suzuki (2003)	<i>Diferenças culturais na descrição espacial</i>	<ul style="list-style-type: none"> Os guias japoneses privilegiam fortemente em elementos pictóricos como mapas e fotos. O uso dos mapas está associado aos locais descritos. Os guias americanos tendem a ser mais linguísticos. Não apresentam necessariamente os locais descritos nos mapas.
	Suzuki & Wakabayashi (2005)		
	Roberson (2015)	<i>Papel dos guias na experiência turística</i>	<ul style="list-style-type: none"> Os guias adicionam uma componente educacional à viagem. O guia tornou-se numa ferramenta libertadora, permitindo ao turista ser mais independente.
<i>Mitos</i>	Barthes (2009/1957)	<i>Mitos presentes nos guias</i>	<ul style="list-style-type: none"> Os “Guide Bleu” só reconhecem a paisagem pitoresca e tudo o que é paisagem acidentada é pitoresco para os guias em causa. A mitologia presente nos “Guide Bleu” data do século XIX, “quando a burguesia se deliciava”. Estes guias conduzem a uma desumanização da experiência, representando os homens como «tipos». Os “Guide Bleu” são vistos como um “agente de cegueira”.
<i>Linguística, narrativa e discurso turístico</i>	Antelmi & Santulli (2012)	<i>Narrativas turística na web e na literatura</i>	<ul style="list-style-type: none"> No turismo, a imagem de um destino é o resultado da combinação de características objetivas com elementos cognitivos e emocionais. A criação e a evolução da imagem de um local é potenciada pelos diferentes <i>media</i> e géneros textuais. Atualmente as narrativas de viagem já não são um mero subproduto aristocrático. No caso das narrativas de viagem e dos relatos presentes na internet, estes não são criados com propósitos promocionais. Quando comparadas com os guias, as narrativas de viagem oferecem uma relação mais autêntica com o leitor. A presença constante de um elemento que relata a sua experiência é um elemento crucial de persuasão.
	Vázquez (2011)	<i>Verbos de percepção sensorial e intelectual</i>	<ul style="list-style-type: none"> Os verbos de percepção não são a classe lexical mais usada dos guias, apesar da percepção, física e intelectual, ser uma das principais atividades do turismo. Não foram encontrados verbos de opinião de atitude proposicional, não transmitindo uma ideia subjetiva, mas sim falsamente neutra.
	Mapelli & Piccioni (2011)	<i>Taxonomia dos textos turísticos</i>	<ul style="list-style-type: none"> Confirmam a validade da classificação dos géneros elaborada por Calvi (2010). Os guias em formato livro apresentam rasgos linguísticos e discursivos mais orientados para a implicação do leitor, o que pode ser contraditório já que a comunicação pela internet tende a ser mais interativa.

<p><i>Beck (2006)</i></p>	<p><i>Narrativa do Património da Humanidade nos guias</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Os guias são frequentemente a principal fonte de informação para os turistas. • Os guias reclamam um papel autoritário, factual e posicionam-se como substitutos de um guia humano. • A principal função é a de chamar a atenção para os pontos turísticos. • A nível académico, são considerados muitas vezes como fontes superficiais e acríticas.
<p><i>Antelmi (2011)</i></p>	<p><i>Intertextualidade e memória discursiva</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Os temas da visita e os estereótipos formam parte de uma memória discursiva que se vai modificando gradualmente, com elementos a surgir e a desaparecer do discurso. • Com o passar do tempo, e apesar do discurso se manter constante, a memória discursiva acolhe novos clichés.
<p><i>Calvi (2010)</i></p>	<p><i>Proposta de classificação dos géneros discursivos</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • O carácter híbrido da literatura turística complica a classificação dos mesmos. • O impacto da comunicação pela internet favorece a hibridização deste tipo de literatura.
<p><i>Tejero (2016)</i></p>		<ul style="list-style-type: none"> • Dificuldade na localização da literatura no catálogo da Biblioteca Nacional. • Obras anteriores ao século XX apresentam problemas para ser categorizadas como guias turísticos. • Adota um quadro temporal muito extenso com diferenças notáveis entre um perfil e outro de obras e em que, aliás, se vai configurando o que hoje conhecemos como guia turístico. • Durante as décadas de 70 e 80 do século XX deparamos com uma multiplicidade de produtos, aproximando-se do tom impessoal que hoje conhecemos.
<p><i>Tejero (2018)</i></p>	<p><i>Turismo e literatura</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Encontrados erros, duplicações e ausências nos catálogos. • Análise de um período extenso em que o fenómeno turístico muda consideravelmente. • As funções e o público dos guias também experimentaram modificações com o avanço do tempo, de forma que as primeiras publicações saídas em Portugal são destinadas a incentivar o conhecimento do território por parte da população autóctone. • Uma constante dos guias turísticos é o destaque dado ao património material das localizações escolhidas – monumentos, igrejas, arquitetura civil, jardins, etc –, assim como às artes plásticas e aos museus. • A escassez de informações literárias nos guias turísticos consultados contrasta, aliás, com o progressivo desenvolvimento nas últimas décadas do turismo literário.

	Cole (2018)	<i>Ausência de memória no discurso</i>	<ul style="list-style-type: none"> • É habitual existirem atualizações nos factos representados nos guias que são publicados em edições sucessivas. • Apresentam uma tendência para perpetuar uma visão neocolonial sobre a população local.
	Lucas (2019)	<i>Guias vs atores públicos vs práticas turísticas</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Os guias delimitam os locais de visita e classificam-nos. Apresentam também o que pode ser feito no destino. • Apesar dos guias enumerarem exaustivamente os locais com interesse, verifica-se uma concentração desigual entre esses locais.
	Wynne-Hughes (2012)	<i>Os guias e o terrorismo</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Os guias Lonely Planet (LP) constroem uma imagem de risco ao dar destaque aos extremos da sociedade egípcia. • O leitor do guia é apresentado como tendo uma superioridade inquestionável e sendo um benfeitor altruísta, que faz escolhas de consumo sustentáveis, a começar pelo guia escolhido. • O guia Lonely Planet para o Egipto faz a distinção entre os “«bons» e «maus» muçulmanos”.
<i>Era web 2.0</i>	Mapelli (2016)	<i>Léxico e metadiscursos dos guias 2.0</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Com as novas tecnologias, o guia tem passado por dificuldades na sua evolução. • Nos novos formatos existe uma mescla de diferentes tipos, desde o guia tradicional até outros mais peculiares e próximos dos géneros promocionais.
<i>Gastronomia e os guias</i>	Morais (2012)	<i>A gastronomia segundo os guias</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Na medida em que a fala sobre uma região é interiorizada e reproduzida pelos seus habitantes e também, no caso específico da análise dos guias de viagem, pelos de fora, faz-se realidade, ainda que uma realidade decalcada em elementos imaginados e imaginários. • Os guias trazem a possibilidade de abrir novas linhas de investigação sobre temáticas variadas. • Os guias carregam uma complexidade que ultrapassa, em muito, orientações a turistas. • Participam da construção histórica de uma série de indícios.
<i>O uso dos guias por turistas japoneses</i>	Nishimura, et al. (2006)	<i>O uso de guias por parte de turistas japoneses na Austrália: estudo qualitativo</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Sendo a viagem algo intangível, os guias oferecem uma experiência prospetiva, oferecendo informações e um imaginário sobre o destino. • Comparados com outras fontes de informação, os guias sintetizam um conjunto de informações que inspiram o viajante. • Os guias são usados desde a antecipação à viagem, durante esta e até numa leitura retrospectiva.
	Nishimura, King, et al. (2007)	<i>O uso de guias por turistas japoneses em viagem</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Identifica vários propósitos para o uso dos guias dentro das necessidades de informação: antecipar o que irão encontrar no destino, aprendizagem e diversão. Identificam também necessidades específicas dos entusiastas dos guias e às necessidades funcionais.

		<i>organizadas e não organizadas</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Os guias não são usados apenas na fase de pré-compra ou planejamento da viagem.
	Nishimura, Waryszak, et al.(2007)	<i>O uso de guias por parte de turistas japoneses no exterior: estudo quantitativo</i>	<ul style="list-style-type: none"> • O uso dos guias não fica restrito à procura de informação durante a fase pré-compra; • Os guias são também usados para suprir as necessidades de enriquecimento dos conhecimentos e fruição.
<i>Tipologias de leitores</i>	Lever, et al. (2019)	<i>Tipologia de leitores de guias com recurso a tecnologia de “eye-tracking”</i>	<ul style="list-style-type: none"> • É mais importante dar mais importância a alguns leitores do que a outros no momento de conceber os guias, tendo em conta o tipo de leitor de cada guia; • Sendo impossível projetar diferentes guias para os diferentes tipos de leitores, torna-se necessário conceber obras de forma apelativa a todas as tipologias de leitores.

a) **Guias consultados**

Nome	Autor	1.^a edição	Edições localizadas
An itinerary of Spain and Portugal, or a complete guide to travellers through those countries	M. Reichard	1820	1820
Guia de viajantes em Lisboa e suas visinhanças	?	1845	
Novo guia do viajante em Lisboa e seus arredores	Francisco Bordalo	1853, 63	
Handbook for travellers in Portugal	John Neale	1855	1855/64/67/75/87
	John Murray		1855/56/64/75/87
Guia Luso-Brazileiro do Viajante na Europa	Ignacio Lemos	1859	
Roteiro do viajante no continente e nos caminhos de ferro de Portugal em 1865	Abreu	1865	
Bradshaw's illustrated hand-book to Spain and Portugal	Richard Stephen/ Richard Charnock	1865	1865/66/69/70/72/73/76/77/78/79 80/81/82/83/84/87/88/89 90/91/92/94/96/97/98/99/1905
O'Shea's Guide to Spain and Portugal	Henry O'Shea	1869	69/78/85/89/90/92/95/99/1905
Novo guia do viajante em Lisboa	Júlio Cesar Machado	1872, 80	
Travels in Portugal	Oswald Crawford/John Latouche	1875	1875/78
Guia portátil do viajante em Portugal	J. Gama	1886	
Nueva guía del viajero en España y Portugal	Emilio Valverde	1886	1886
Portugal, impresiones para servir de guía al viajero	Francisco Giner	1888	1888
Spain and Portugal; handbook for travellers	Baedeker	1898	1898/1901/08/13
Manual do viajante em Portugal	Leonildo Mendonça/ Carlos d'Ornelas	1905	1905/07/13/24/40/41
Portugal	Agnes Goodall	1909	1909
In Portugal	Aubrey Bell	1912	1912
Sunny Portugal		1913	
The tourist's Spain and Portugal	Ruth Wood	1913	1913/14

Guia de Portugal	Raúl Proença	1924	1924
Novísima guía, España y Portugal;	Enrique Lopez	1924	1924/26?/29
Portugal	SPP	1929	1929
Southern Spain and Portugal with Madeira,	Findlay Muirhead	1929	1929
A satchel guide to Spain and Portugal,	William Crocket	1930	1930
Como se visita Portugal	CNT	1932	1932
Manual do viajante em Portugal		1940	
Manual do viajante em Portugal V. I	Mendonça e Costa & Carlos D'ornelas	1940	
Manual do viajante em Portugal V. II		1941	
Portugal guide-book.	SPN	1941	1941
Almanaque-guia de turismo	?	1943	1943
Guia de Portugal: Beira.		1944	
The selective traveller in Portugal	Ann Bridge	1949	1949/53/58/63/67
Cartilha da terra portuguesa	SNI	1950	1950
Bird's eye view of Portugal	SNI	1950	1950
Roteiros de Portugal	Eurico Oliveira	1956	1956
Guia histórico-turístico de Portugal	Leonardo Coelho	1958	1958 e 1966
Guia turística alfabética de Portugal continental	Arnaldo Pinto	1961	1961
All the Best in Spain and Portugal	Clark	1962	1962
A pocket guide to Portugal		1962	
Portugal: guia turístico	Joaquim Rosendo	1968	1968
Portugal and Madeira: a guide and gazetteer	Sarah Bradford	1969	1969
Portugal	Michelin	1970	1970/97/99
Letts go to Portugal	Harold Dennis	1974	1981
Portugal: Blue guide	Ian Robertson	1982	1982/84/88/96
Travellers guide to Portugal	Susan Lowndes	1982	1982
Rota dos navegadores	DGT	1984	1984

Guia turístico cultural e artístico de Portugal	M. Tavares	1987	1987 e 1989
Welcome to Portugal	RAN Dixon	1984	1984
Spain and Portugal 1985	Brooks & Brooks		1985
Portugal, Madeira	Michelin	1985	
Fodor's 86		1986	1986
Portugal: A visitor's guide	Gerry Crawshaw	1981	1986
The Rough guide to Portugal		1983	1988
A Pocket guide to Portugal and the Portugese Azores.		1988	
Portugal	Martha de la Cal.	1988	1988/89/91
Birnbaum's Portugal		1989	
Cadogan Guides	Portugal	1990	1990, 1992
Portugal	Julia Wilkinson/ Lonely Planet	1997	1997/99/01
Let's go, the budget guide to Spain, Portugal, and Morocco	Darcy Tromanhauser	1991	1991
Portugal	Anderson et al	1993	
Insight guides: Portugal	Alison Hill	1993	1998
Spain & Portugal	Hobbs & Adzigian		1994
Essential Portugal	Martin Symington	1994	1994/98
Portugal Madeira	Michelin		1994 (3ed)
Let's go: The budget guide to Spain & Portugal including Marocco		1997	
Let's go: The budget guide to Spain & Portugal		1995	1995
Portugal with Madeira & Azores	Martin Symington/ Dorling Kindersley	1997	1997/1999
Portugal: pocket guide	Timothy Page	1996	1997
Portugal	American Express	1998	1998
Portugal	Cadogan Guides	1998	1998
Portugal	Tim Jepson	1998	1998
Frommer's Portugal	Darwin Porter		1994

Portugal : Madeira - the Azores.	Michelin	1998	1998
Fodor's 92			1991
Fodor's 90			1990

b) Guias localizados, mas não consultados

Nome	Autor	1ª edição	Edições localizadas
Guia ilustrado do viajante em Portugal: ou manual do viajante	Santos Júnior	1905	
Guia do excursionista em Portugal: cidades principais, praias, termas	Santos Quintela	1929	
España y Portugal	Angel Vegue y Goldoni	1929	1929
Cook's traveller's handbook to Spain and Portugal.	Roy Elston	1930	1930
Guia turístico de Portugal	Joaquim Rosado	1932	1932
Guia de hotéis e turismo em Portugal	Fernando Soares	1934	1934
<u>Portugal, the country of eternal spring: How to see Portugal</u>	ACP	1940	1940
<u>Portugal: guidebook</u>	Bertrand	1941	1941
Guia hoteleira e turística de Portugal e ilhas	?	1947	1947
Selective traveller in Portugal	Evan Bros	1949	1949
Portugal	Doré Ogrizek	1951	1951
España y Portugal.	A. Aguado	1952	1952
Portugal and Spain	Eugene Fodor	1952	1952/58/60
All the best in Spain and Portugal	Sidney Clark	1953	
Spain and Portugal.	Doré Ogrizek	1953	1953
Portuguese Journey	Garry Hogg	1954	1954
Portugal	OH Warne	1956	1956
Portugal	Casa de Portugal	1956	1956

Your holiday in Spain and Portugal.	Gordon Cooper	1957	1957/54/52
Guide to sunny Portugal	José Cabral	1958	
All about Portugal	Georgia Long	1958	1958
Spain and Portugal	Baedeker	1959	1959
Portugal	Hachette	1960	1960/78
Complete reference guide to Spain and Portugal,	Pan American..	1962	1962
Turismo: guia de Portugal Continental, Insular e Ultramarino	ENP	1964	1964
Your Guide to Portugal	Douglas Clyne	1965	
Gateway guide to Portugal.	Bent Balsius/ J. Torben	1965	1965
Portugal	Sarah Bradford	1973	1973
How to get along in Portugal and Spain.	George Jacobs	1966	1966
Portugal	Peter Whelpon	1967	1967
Complete reference guide to Spain and Portugal,	?	1967	1967
Fodor's Portugal	Eugene Fodor	1967	1967-81
Portugal	O.H. Warner	1968	1968
Portugal	Gwen Ferguson	1969	1969
Letts Holiday Guides	Ted Appleton	1972	
Bazak guide to Portugal	Avraham Levi	1975	1975
Portugal	Guias Keops	1978	1978
Portugal	Harold Dennis	1980	1980
Trail guide to Spain and Portugal	Craig Evans	1982	1982
Spain and Portugal	Robert Fisher	1985	1985
Guia histórico-turístico	Manuel Paquete	1986	1986
Espagne, Portugal: 1986/87	Hachette	1986	1986
Holiday Portugal	Fontana Holiday Guides	1988	

Portugal	Alison Friesinger	1988	1988/1992/1995
Spain and Portugal in your pocket	Rick Steves	1988	1988
Hippocrene companion to Portugal	TJ Kubiak	1989	1989
Portugal traveler: great sights and hidden treasures	Barbara Rogers	1989	1989
Time off in Spain&Portugal	Teresa Tinsley	1989	1989
2 to 22 days in Spain and Portugal	Rick Steves	1986	86/87/89/92/93/94
Portugal	Julia Wilkinson	1991	1991/1992
Portugal	Penguine Guides	1990, 1991	1990
Portugal: The provinces from south to north	RAC	1990	1990
Roteiro turístico de Portugal	Albi editora	1991	1991
Portugal	Steve Vidler	1991	1991
Portugal	Ian Robertson	1992	1992
Portugal	David JJ Evans	1992	1992/98/90
Baedeker Portugal	vários	1992	1992/93/96/99
The Berlitz travellers guide to Portugal		1992	1992
Roteiros de Portugal Expresso	Expresso	1993	1993
Portugal	LP	1997	
Portugal	Heidren Reinhard	1995	1995
Portugal	Marc Rigol	1996	1996
Portugal Guide	Ron Charles	1997	1997
Spain& Portugal	Rick Steves	1998	
Get around in Portugal	Derek Utley	1998	1998
Portugal	Hughes Demeude	1999	1999
The Nagel travel guide series			1956