



Frédéric Vidal, ISCTE-IUL, CRIA

Título da comunicação: *“O nascimento de uma política turística em Portugal: desenvolvimento territorial e identidades culturais no início do século XX”*

Palavras-chave: turismo, políticas turísticas, identidades, territórios

Resumo: Durante as primeiras décadas do século XX, o sector da actividade turística é ainda emergente em Portugal. A partir de 1906, a Sociedade de Propaganda de Portugal desenvolve as primeiras iniciativas institucionais. Nessa altura, o turismo é já muitas vezes referido como fonte potencial de progresso e de desenvolvimento. Mas as primeiras revistas especializadas – o *Boletim da Sociedade de Propaganda de Portugal* ou a *Revista de Turismo* fundada em 1916 – dão sobretudo conta de ambições e projectos para o futuro e não tanto de realizações concretas. Com a criação da Repartição do Turismo em Maio de 1911, a Primeira República dota-se de um organismo que tem por objectivo coordenar as iniciativas no domínio turístico. Nos seus relatórios anuais, a Repartição discute questões ligadas ao modo de elaboração e de difusão de uma imagem ideal de um "Portugal turístico", mas também ao ordenamento e a gestão dos lugares turísticos, através de disposições legais ou do enquadramento das iniciativas locais.

Mais tarde, a partir dos anos 1930, com a instauração do Estado Novo, o turismo desempenha um papel crescente na definição de políticas culturais que, em parte, se apoiam numa rede descontínua de instituições locais (delegações locais da Sociedade de Propaganda de Portugal; comissões de iniciativas locais criadas em 1921 e, a partir de 1936, juntas de turismo). Em Janeiro de 1936, realiza-se em Lisboa o primeiro "Congresso Nacional de Turismo", reunindo diversas personalidades (peritos e profissionais da área do turismo) que tentam sistematizar conhecimentos e partilhar experiências adquiridas ao longo das últimas duas décadas. Tal esforço é bem visível nas actas deste congresso publicadas no mesmo ano.

A partir desta série de publicações técnicas ou jornalísticas que constituem um corpus relativamente homogêneo, a presente comunicação propõe analisar os contextos sociais e culturais que presidiram à elaboração de uma política de turismo em Portugal durante as primeiras décadas do século XX. Essas políticas contribuíram para a construção de um pensamento moderno no domínio do planeamento e da gestão de lugares ou territórios claramente identificados pelas suas funções (os hotéis; as praias; as estradas turísticas; a estação balnear, etc.). No entanto, esse pensamento articulou-se com um discurso mais estandardizado sobre a essência de uma identidade nacional que vai buscar as suas referências às tradições históricas, populares ou rurais. Este aparente paradoxo pode ser superado através da compreensão do papel dessas construções simbólicas na implementação de práticas de gestão e de organização dos lugares turísticos.