



## RECENSÃO

# *A Sociedade Propaganda de Portugal e a Construção do Turismo Moderno (1888-1911), de Pedro Cerdeira, por Frédéric Vidal*

---

*Análise Social*, LIV (3.º), 2019 (n.º 232), pp. 625-627

<https://doi.org/10.31447/AS00032573.2019232.08>

ISSN ONLINE 2182-2999

---

EDIÇÃO E PROPRIEDADE

Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa. Av. Professor Aníbal de Bettencourt, 9  
1600-189 Lisboa Portugal — [analise.social@ics.ul.pt](mailto:analise.social@ics.ul.pt)



CERDEIRA, Pedro

*A Sociedade Propaganda de Portugal*

*e a Construção do Turismo Moderno (1888-1911)*,

Lisboa, Imprensa de Ciências Sociais, 2019, 211 pp.

ISBN 9789726715269

Frédéric Vidal

O estudo de Pedro Cerdeira sobre a fundação e os primeiros anos de funcionamento da Sociedade Propaganda de Portugal (SP) impõe-se como um dos textos mais estimulantes publicados recentemente sobre os primórdios do turismo em Portugal. Trata-se de uma versão ligeiramente revista de uma dissertação de mestrado apresentada em 2014 na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa e cujos principais resultados já tinham sido divulgados em artigos. A publicação, agora, na Coleção Breve da Imprensa de Ciências Sociais permite tornar patente a grande coerência deste estudo e a sua originalidade no panorama historiográfico português.

A história das instituições do turismo em Portugal durante a primeira metade do século XX não é um campo particularmente novo. Trata-se, aliás, da forma de abordagem dominante na história do turismo e talvez constitua uma das suas limitações. O grande interesse deste estudo é o esforço de reconstrução da história da vida quase quotidiana de uma organização, apresentada como bastante típica do movimento associativo da burguesia lisboeta do final do período

monárquico, sem deixar de questionar as suas relações com o Estado e, sobretudo, com um projeto mais amplo de definição da “questão do turismo” e do seu papel na elaboração de uma forma de ação pública que será em parte implementada nos períodos posteriores. A investigação de Pedro Cerdeira debruça-se sobre um período cronológico limitado e, no essencial, sobre a ação de um pequeno conjunto de pessoas que vai lançar as bases de um projeto de “modernização” particularmente bem ilustrado e problematizado neste livro. Este enfoque permite uma análise minuciosa dos contextos sociais e culturais que assistiram à emergência em Portugal de um pensamento sobre o turismo. Como o indica o autor logo na introdução, o estudo pretende inserir a história dos primeiros anos da SSP num contexto definido pela “questão turística”, mas também pelo “carácter associativo” deste organismo que teve de tomar em considerações os limites do seu poder de ação e as dificuldades de um Estado cooperante, mas incapaz de transformar as boas intenções e as ambições em políticas concretas. Ou seja, a partir da história dos primeiros anos da SP, este estudo propõe uma abordagem

contextualizada, mas sobretudo sistematizada da história do turismo em Portugal no início do século xx.

Os três primeiros capítulos descrevem o processo de fundação da SPP, concluído em 1906, e o funcionamento da associação até 1910. Uma das alterações em relação à tese de mestrado de 2014 surge logo no quadro cronológico apresentado no título: 1888-1911, em vez de 1906-1911. Esta modificação talvez fosse de evitar, porque não altera substancialmente a estrutura e os objetivos do estudo. O alargamento do intervalo cronológico permite sobretudo enfatizar um pouco mais o papel de Leonildo de Mendonça e Costa e o seu percurso como jornalista e diretor da *Gazeta do Caminho de Ferro*, precisamente a partir de 1888. Como demonstra o autor, o “paradigma da modernidade”, que será mais tarde a base da ação da SPP, foi pouco a pouco elaborado na última década do século XIX, através das experiências de viagem de Mendonça e Costa, por recreio ou no âmbito das suas atividades profissionais (participação em eventos e congressos). Desde logo, o pensamento sobre o turismo inscreve-se num quadro internacional em que a ideia de “modernização” corresponde sobretudo a um esforço de adaptação às normas e ao gosto das elites europeias. É precisamente durante uma viagem à Suíça que nasce a ideia de criar uma associação dedicada à promoção da imagem de Portugal e do turismo. Pelo menos, é essa a história oficial contada pelo próprio Mendonça e Costa num artigo publicado no primeiro número do *Boletim da Sociedade de Propaganda de*

*Portugal*, em junho de 1907. As páginas dedicadas à análise dos primeiros anos de funcionamento da SPP são particularmente ricas em informação sobre a missão “desenvolvimentista” do turismo em Portugal e as formas ambíguas de politização da questão do turismo. Com referência ao estudo de Catherine Bertho-Lavenir, o autor pode afirmar que a SPP corresponde bastante bem ao modelo das associações turísticas do final do século XIX (tais como os clubes alpinos ou os *touring clubs*), que “apresentavam um alargado projeto económico e moral com claras implicações políticas, ainda que, publicamente, insistissem em afastar-se delas” (p. 67).

Uma segunda parte do livro (capítulo 4 – “Lisboa, cais da Europa” e capítulo 5 – “Fazer turismo em Portugal”) é dedicada à influência da SPP na definição de políticas concretas, nomeadamente na área do urbanismo, dos transportes ou da hotelaria. Aqui, apesar de um uso hábil das referências bibliográficas e de um levantamento exaustivo das fontes impressas, a ausência de arquivos primários sobre a atividade da SPP acaba por limitar um pouco o âmbito da análise. A SPP teve uma ação mais ou menos sistematizada em vários domínios, mas, sobretudo, desenvolveu rapidamente uma grande capacidade para promover as suas iniciativas, nomeadamente através do seu boletim, que é aqui objeto de uma análise específica. Reconstituir a história da SPP através das publicações institucionais – que são, para já, as únicas fontes disponíveis, na ausência do espólio da associação – obriga então a contextualizar

e a desconstruir discursos fortemente impregnados de um pensamento ou de uma ideologia (a ideia de modernização ou de desenvolvimento, por exemplo, mas também os próprios contextos sociais e culturais da emergência do urbanismo em Portugal nas últimas décadas do século XIX) geralmente apresentados como neutros ou correspondentes ao interesse geral do país.

No prefácio, Maria Luísa Sousa lembra que este livro deve ser também lido à luz das discussões atuais sobre o turismo contemporâneo: “Este livro ilumina [...] as tensões e os debates atuais sobre a ação do turismo no desenvolvimento urbano, nas economias, nos modos de vida e de lazer, nas representações culturais” (p. 23). Esta atualidade dos estudos do turismo não deixa de orientar a nossa leitura, como norteou provavelmente a própria investigação que está na origem deste estudo. Um enquadramento mais explícito dos resultados apresentados nesta discussão teria provavelmente reforçado as conclusões, sendo também uma ocasião para valorizar a importância da abordagem histórica do turismo em Portugal. O estado da arte pouco problematizado no final da introdução surge algo datado, e demasiado circunscrito ao campo da história institucional do turismo (e até da própria SPP) que o livro pretende precisamente alargar. Por outro lado, as notas biográficas publicadas em anexo constituem um instrumento útil para futuros estudos, mas é pena que não tenham sido indicadas as funções dessas

pessoas na SPP ou no setor do turismo português. Todavia, acabamos a leitura do livro com uma reserva principal. Logo na introdução, o autor avisa que o estudo vai ser limitado ao período monárquico. O último capítulo, que trata do processo de adaptação da SPP ao regime republicano, é, de facto, demasiado breve para dar uma ideia clara da capacidade de adaptação da SPP ao novo contexto político e institucional. Os primeiros anos da República, marcados por um processo de institucionalização das políticas do turismo com a criação de uma Repartição e um Conselho de Turismo, surgem como um momento fundamental da história do turismo em Portugal que carece ainda de um estudo aprofundado. Apesar de amplamente justificada pelo quadro naturalmente limitado de uma tese de mestrado, esta opção limita um pouco as conclusões deste livro cujo principal objetivo – e interesse – é precisamente o facto de analisar a relação entre uma associação e um Estado, considerado nas suas diferentes configurações políticas e institucionais.

---

VIDAL, F. (2019), *Recensão “A Sociedade Propaganda de Portugal e a Construção do Turismo Moderno (1888-1911)”*, Lisboa, Imprensa de Ciências Sociais, 2019”. *Análise Social*, 232, LIV (3.º), pp. 625-627.

---

Frédéric Vidal » [fvidal@autonoma.pt](mailto:fvidal@autonoma.pt) » Universidade Autónoma de Lisboa, CRIA/ISCTE-IUL » Avenida das Forças Armadas – 1649-026 Lisboa, Portugal » <https://orcid.org/0000-0001-9299-7765>.

---