

VIAJAR

TRAVELLING

VIAJAR

VIAJANTES E TURISTAS À DESCOBERTA
DE PORTUGAL NO TEMPO DA I REPÚBLICA
TRAVELLERS AND TOURISTS DISCOVERING
PORTUGAL DURING THE FIRST REPUBLIC
VIAJANTES Y TURISTAS AL DESCUBRIMIENTO
DE PORTUGAL EN TIEMPOS DE LA I REPÚBLICA



COM O APOIO



MADEIRA: UM LUGAR TURÍSTICO (1800-1928) INSERÇÃO INTERNACIONAL PRECOCE E RESPOSTA ÀS OPORTUNIDADES

BENEDITA CÂMARA

As motivações da procura e as facilidades de transporte contribuíram para uma precoce inserção internacional da Madeira no mapa turístico. Desde o início, revelou sentido de oportunidade e capacidade de adaptação na produção de serviços (acomodação, restauração, lazer e comércio), em sintonia com a atenção prestada às transformações ocorridas, quer nas motivações da

procura, quer nos meios de transporte e comunicação. A partir do início do século XIX, a procura turística da Madeira expressou-se numa literatura diversificada que, após 1880, substituiu o amadorismo pelo profissionalismo próprio dum processo de industrialização do turismo sem massificação. O crescimento verificado no peso da actividade na economia – com destaque para o período entre 1884-1887 e 1928 – foi lento.

MOTIVAÇÕES DA PROCURA

O clima da Madeira, caracterizado por estações pouco marcadas e um Inverno suave, foi alvo da procura por parte de doentes pulmonares. Os antecedentes directos deste interesse radicam na tendência veiculada pela medicina europeia do século XVII para prescrever tratamentos com águas minerais ou água do mar. Na segunda metade do século XVIII, os ingleses criaram cidades termais (*spas*) e cidades balneares. Os serviços e a organização estabelecidos, conciliando divertimento e tratamento, foram inéditos e acabaram por ser exportados para o Continente.

A Inglaterra ocupou igualmente um lugar de destaque como país emissor de viajantes. Desde o *Grand Tour*, que remontou ao século XVI e se estendeu até ao início do século XIX, sobressaía a participação de ingleses. Neste circuito, as cidades e as motivações culturais foram predominantes. A matriz social do *Grand Tour* circunscrevia-se a elementos da aristocracia, das profissões liberais e das actividades comercial e financeira. A Revolução Industrial, iniciada em Inglaterra em meados do século XVIII, gerou o alargamento das classes médias e a modificação dos padrões de consumo. Este aspecto, associado à dimensão cultural e ideológica do Romantismo, viria a estimular a noção de liberdade, a qual incentivaria a busca do diferente e da necessidade de mudança.

No século subsequente, as cidades continuaram a interessar o turista – que, segundo a definição novecentista do Larousse, significava o que viajava por prazer e ociosidade –, sem menosprezo por outros espaços. O interesse por viagens associadas a explorações para fins coloniais e científicos continuou vivo, tal como no século precedente, sendo gerador de uma vasta produção literária.

Os ingleses evidenciaram-se desde o início na divulgação, organização e utilização dos serviços turísticos da Madeira. Uma literatura diversificada, mas que cultivava temas comuns, participou nessa tarefa. Além de livros de viagem – onde a Madeira surgia como um ponto de escala – e de estudos de naturalistas, surgiu uma literatura de pendor médico. Entre os temas transversais a estas expressões, estiveram o clima e a paisagem natural. Coube à aguarela – muito cultivada em Inglaterra desde o início do século XIX – o papel de formatar a paisagem natural da Madeira segundo os cânones do Romantismo. Daí à criação da noção do pitoresco, foi um passo. Até ao início do último quartel do século XIX, a paisagem humana – pessoas e costumes – marcou presença, quer nas aguarelas, quer naquela literatura.

O surgimento da literatura de saúde no início do século XIX não aconteceu por acaso. Se os tratados internacionais do início da segunda metade do século XVIII, pondo fim a conflitos, espicaçaram a mobilidade, as guerras napoleónicas reduziram o número de viajantes ou, pelo menos, alteraram os circuitos que estes, tradicionalmente, usavam. Apesar de, em 1800, já ser afirmada a superioridade do clima da Madeira e ser divulgado o tipo de facilidades disponíveis para os doentes, onze anos depois William Gourlay surpreendia-se com a inexistência de um estudo sobre o clima da Madeira, quando os doentes o procuravam em substituição do clima do Sul da Europa¹.

A literatura de saúde é escrita por médicos e por doentes. Estes narram experiências pessoais, fazem descrições para permitir ao futuro cliente a legibilidade do local, fornecem informações práticas – clima, vestuário, alojamento, preços, câmbios e disponibilidade de bens – de forma a antecipar e prever necessidades. Estas narrativas vão-se tornando, a partir da segunda metade do século, cada vez mais práticas. A partir do último quartel do século XIX, surge o guia de viagem identificado pela organização da informação, a qual se concentra em informações úteis despidas de experiências e de descrições etnográficas, políticas ou económicas. O tempo e o dinheiro tornaram-se preocupações essenciais destes guias que são, maioritariamente, escritos em língua inglesa, sem omissão dos de língua alemã e portuguesa. Estes guias destinam-se prioritariamente a uma nova clientela, tipificada pelo cônsul britânico como “estrangeiros (...) sem preocupações de saúde. (...) muitos (...) são *holiday makers*...”². Turistas em número percentualmente superior e doentes continuaram a conviver durante o Inverno. As estadias dos primeiros distinguiam-se por serem mais curtas (três semanas) do que as dos doentes que chegavam a permanecer entre Outubro e Maio.

A partir do último quartel do século XIX, o papel do clima esteve no centro do debate médico sobre a cura de doenças pulmonares. O clima húmido da Madeira foi contraposto ao clima seco das Canárias. O clima frio de grandes altitudes (Alpes) foi confrontado com o das temperaturas amenas dos climas mediterrânicos. Este debate acentuou os níveis de concorrência entre as estâncias de saúde. Em 1894, a Associação Comercial do Funchal solicitava apoios governamentais para se utilizar a climatologia, quer de montanha, quer de litoral, criando sanatórios em ambos os locais³. A questão dos sanatórios, que gerou batalhas diplomáticas e políticas nas vésperas da República, foi suscitada por, em 1903, um consórcio alemão ter recebido uma concessão do Governo português para criar estes dois tipos de sanatórios. Em 1905, este consórcio abriu no Monte dois sanatórios de altitude, um para doentes abastados (a Kurhaus Sant’Anna) e outro para doentes sem recursos (Marmeleiros). O Kurhotel de litoral nunca foi erguido.

A redacção dos guias esteve a cargo de hoteleiros locais – alguns de origem inglesa –, de profissionais estrangeiros e de portugueses mandatados por entidades públicas. O destinatário é o turista típico, como se alcança deste repto lançado pelos donos de uma cadeia hoteleira que incluía o Reid’s Palace. O “banho aqui é perfeito (...) alargámos aqui as piscinas naturais (...) que fazem do banho – o elemento mais desejado do (o *great want of*) Funchal – um aspecto especialmente proeminente do nosso negócio”⁴. Na sequência da literatura de saúde, que capitalizava a quietude por potenciar a sua recuperação, estes guias vendem o descanso ao homem ocupado

proveniente do bulício das cidades. Os irmãos Reid referiam-se às pessoas cansadas e esgotadas que procuravam distração em prazeres simples (*fresh interests*).

Os guias dos hoteleiros incluem publicidade a hotéis e lojas locais, bem como a referência aos locais no estrangeiro que reservam hotéis ou vendem passagens para a Madeira. No início do século XX, os guias ou confessaram o perigo de desactualização, ou recorreram a sucessivas reedições. Em 1911, em sintonia com o crescimento tendencial do número de turistas, o Governo republicano criou e incumbiu a Junta Agrícola da Madeira, que incluía no seu vasto programa a construção de infra-estruturas, o estímulo à iniciativa privada para erguer hotéis, casinos e campos de golfe e a publicidade ao turismo da ilha, criando para o efeito agências nas principais cidades estrangeiras com carácter oficial independente de interesses privados e empresariais, com destaque para a London Agency (123, Pall Mall, S.W.). Na mesma data, os irmãos Reid noticiavam os vários endereços onde se podia obter gratuitamente (incluindo despesas de correio) o seu guia hoteleiro em Londres e na Escócia. Num anúncio à cadeia Reid, fica clara a sua opção por circuitos de publicidade privados, como o Hotel Tariff Bureau (275, Regent Street) e, sobretudo, Messrs Thos. Cook & Son, London at the Steamship Companies⁵.

A TECNOLOGIA DE TRANSPORTE E COMUNICAÇÃO

A literatura mais antiga foi profícua em informações sobre os veleiros regulares (*clippers*), maioritariamente ingleses. O desenvolvimento de companhias de barcos a vapor levou-as a participar na divulgação de destinos como a Madeira⁶. Em finais da década de cinquenta, quer os *clippers*, quer os barcos a vapor eram noticiados em conjugação, ou não, com os caminhos-de-ferro europeus⁷.

A partir do final do século XIX, as notícias sobre a forma de aceder e os preços das viagens eram presença obrigatória nos guias turísticos. Enquanto o doente se abalançava a viagens longas, penosas e caras, a partir do final do século o turista passou a dispor de barcos rápidos e confortáveis que lhe possibilitam o acesso a estadias curtas. Embora o custo da viagem tivesse diminuído – com destaque para os bilhetes de retorno –, continuou a ser considerado caro (em 1889, os preços de primeira classe entre Inglaterra e a Madeira mediavam entre 15 e 17 libras, e o retorno entre 12 e 14 libras, mas, trinta anos antes, só a vinda custava 17 libras num barco a vapor e 20 num *clipper*).

O porto da Madeira manteve-se um porto de escala importante ao longo do século XIX. A actividade de abastecimento dos navios e o consumo gerado pelos passageiros em trânsito, provenientes quer de carreiras regulares – cuja diversificação criava expectativas de acesso a novos centros emissores de turistas –, quer de cruzeiros, gerava receitas significativas e animava a actividade comercial e turística da cidade. Hoteleiros, como os Reid, organizaram circuitos turísticos para estes passageiros.

INFRA-ESTRUTURAS

As infra-estruturas de comunicação telegráfica foram um tema recorrente no final do século XIX. A combatividade posta neste tema relacionava-se com a necessidade de combater a concorrência exercida pelos portos das Canárias beneficiados por fortes investimentos do Governo espanhol e preservar a Madeira como porto de passageiros em trânsito. O turismo pressupõe infra-estruturas. A cidade do Funchal (arredores, como o Monte) foi o espaço que mais se preparou para receber os doentes e turistas. O entusiasmo em torno dos sanatórios de montanha levou os hoteleiros a construírem hotéis e as entidades públicas a criar locais de lazer na freguesia do Monte.

Ao longo do século XIX assistiu-se na Europa à intensificação da urbanização. As cidades, em geral, passaram por grandes transformações urbanísticas. No caso do Funchal, a actividade turística contribuiu para chamar a atenção para o investimento em áreas com repercussões sobre a saúde pública: esgotos e abastecimento de água. Facilidades como a iluminação eléctrica ou o telefone, enfaticamente referidas nos guias turísticos, ficaram circunscritas a esta cidade.

Os investimentos em estradas foram escassos ao longo do século XIX. Em 1888, políticos como Herédia defenderam que o aumento da receita a arrecadar pela ilha, “como hotel de saúde de mundo”, passava por cuidar este aspecto e por construir abrigos nos locais de acesso a paisagens arrebatadoras⁸. À Junta Agrícola da Madeira, coube concretizar o lançamento de estradas panorâmicas de grande importância – a Encumeada de S. Vicente e a estrada entre o Terreiro da Luta e o Santo da Serra.

ALOJAMENTO E CLIENTELA

O alargamento do processo de industrialização ao longo do século XIX permitiu a diversificação dos clientes da Madeira para além dos ingleses que predominaram. O conhecimento do poder de compra dos visitantes da Madeira ressalta da análise aos preços e às formas de alojamento. A clientela de saúde inicial instalava-se em casas de hóspedes, em que as pertencentes a ingleses eram mais caras do que as detidas por nacionais. Em alternativa, foram sendo disponibilizadas quintas com casas mobiladas. Nestas, o leque de preços do aluguer – sem incluir outras despesas com pessoal ou alimentação – era muito lato, indo de 40 a 250 libras em 1959, quando o número das de renda média (entre 100 e 150 libras) correspondia a 35%, e o número das de renda alta (superiores a 200) correspondia a 6%. O poder de compra dos arrendatários das quintas, mesmo das mais baratas, correspondia ao da classe média, questão confirmada por se poder comparar com o que se sabe a propósito da despesa efectuada em 1863 por um utente da embrionária Thomas Cook (a qual foi a criadora de pacotes de viagem e que, em certo período, tocou uma clientela de menores posses). Essa despesa foi de sete libras e quinze xelins e incluía viagem e estadia de três semanas na Suíça. O historiador Laurent Tissot demonstrou que a mesma se encontrava fora do alcance de qualquer operário especializado, pois, mesmo poupando 2 xelins por semana, precisava de um ano e meio para pôr de lado a verba necessária a uma pessoa⁹.

Em meados do século XIX, a Itália atravessou a guerra da independência e afastou os seus visitantes tradicionais, permitindo vender a Madeira como estância de luxo. Apesar disso, a partir do início do século XX os preços dos hotéis, em termos comparados, eram apresentados como razoáveis. Os irmãos Reid, ao venderem uma estadia em pensão completa a 3 libras por semana nos seus hotéis de primeira classe, confirmavam o entendimento dos que defendiam que os preços eram inferiores aos da Riviera. A qualidade dos hotéis evidenciava-se por a capacidade dos hotéis de primeira classe exceder a dos das restantes categorias.

ESTIMATIVA DA EVOLUÇÃO DAS RECEITAS DO TURISMO, PASSAGEIROS EM TRÂNSITO E ABASTECIMENTO DE NAVIOS VALORES (MIL RÉIS)

Anos e entre os anos	I Exportação especial + (II+III+IV)	II Receita do turismo	III Receita dos passageiros em trânsito	IV Receita dos navios	V (II+III+IV)/I %
1854-1956	-----	-----	-----	9 983	-----
1884-1887	581 429	10 000	30 299	33 950	13
1906-1909	1 275 888	150 000	190 188	70 350	32
1911	1 462 439	303 400	205 989	48 650	38
1928	34 611 774 ^(a)	-----	194 124	48 650	-----

I Exportação Comércio Especial somado às receitas somadas das colunas II, III e IV que são valores médios anuais. (a) Não inclui IV.

Nota: No cálculo da estimativa das receitas, usou-se um valor fixo fornecido por Mota Prego (1911, *Notas sobre Portugal*, vol. I, p. 399). Em II, multiplicou-se a despesa de 50\$000 réis (ou 50\$00 escudos) por cada turista vezes a média anual do número de turistas; em III, multiplicou-se a receita de 1\$500 réis (1 escudo e 50 centavos) gerada por cada passageiro pelo número médio de passageiros e, em IV, multiplicou-se a despesa de 50\$000 réis efectuada por cada navio pela média anual do número de navios.

Fontes: Benedita Câmara (2002), *A Economia da Madeira*, Lisboa, ICS, p. 297; *Estatística Comercial (1921-1932)*, Lisboa, INE e Ministério das Obras Públicas, Junta Autónoma do Ministério de Obras Públicas, Lisboa [1959].

CRESCIMENTO

No último quartel do século XIX, o número de turistas cresceu – passou de 220 em 1886-87 para 6068 em 1911. Evolução idêntica ocorre nas receitas provenientes dos passageiros em trânsito e do abastecimento de navios, embora intermediada por uma travagem. Os dados de 1928 ilustram a retoma para níveis anteriores a 1914.

Segundo A.F. Jardim, nas vésperas da Guerra o número e a capacidade hoteleira estavam em crescimento para responder ao aumento da procura no Inverno. Embora as estimativas sobre o número de turistas sejam desconhecidas para o período entre 1911 e 1925, nesta última data o marquês de Jácome Correia defendeu a necessidade de baixar as tarifas alfandegárias para permitir a construção e apetrechamento de novos hotéis, a fim de se responder ao crescimento da procura durante o Inverno, o que não invalida que, três anos depois, J.G. Hutcheon afirmasse ser a Madeira pouco conhecida do público viajante em consequência do elevado custo da viagem¹⁰.

CONCLUSÃO

A procura da Madeira assentou, inicialmente, no móbil saúde. O nascimento da estância da Madeira ocorre com as guerras napoleónicas porque se constituiu como uma alternativa ao Mediterrâneo devastado pela Guerra. A guerra de independência de Itália terá contribuído para lhe conferir notoriedade entre os clientes de zonas de luxo, mas a competição entre estâncias de saúde tornou-se acesa a partir do último quartel do século XIX em relação com os debates clínicos sobre a valia dos diversos tipos de clima para o tratamento de doenças pulmonares. A Madeira, sem abandonar o segmento da saúde – pois continuou a vender os sanatórios de altitude até 1914 –, passou a vender férias. A tecnologia naval e as comunicações, aliadas à alteração nos padrões de consumo, permitiram que a Madeira se adaptasse à procura. A resposta processou-se em moldes semelhantes aos seguidos por Davos, na Suíça. O turismo cresceu e industrializou-se sem massificação.

O deslumbramento com a paisagem foi um tema transversal à literatura diversificada que vendeu a Madeira entre 1800 e 1926. A noção de pitoresco sedimentou-se em descrições, mas foi fortemente secundada por aguarelas e, mais tarde, pelo uso da fotografia. A ausência de divertimentos mundanos foi transformada, muito cedo, numa vantagem. Até à década de setenta, noticiavam-se, entre outras ocupações dos tempos livres, as sessões de desenho (*sketching parties*), os estudos sobre a flora e a fauna e os passeios a pé. Mais tarde, a venda deliberada do ambiente tranquilo para o descanso tomou expressão na publicidade dos guias e, em 1928, Hutcheon sublinhava, nas suas impressões da sua estadia na ilha, tudo o que apelava a um *spirit of quieteisureliness*.

NOTAS

- 1 Joseph Adams (1801), *The superiority of the climate of Madeira [An account of arrangements made for the treatment of invalids on the island]*, London, 1800, e William Gourlay (1811), *Observations on the Natural History, climate and diseases of Madeira*, J. Callow, London.
- 2 Diplomatic and Consular Reports. Report for the year 1904 on Trade of Madeira, *Parliamentary Papers, Annual Series*, 1905, n.º 3475.
- 3 *Propostas apresentadas pela Comissão nomeada pela Assembleia da Associação Comercial do Funchal a 14 de Novembro de 1894 para estudar as causas do desvio da navegação do nosso porto e afastamento de forasteiros*, Funchal, 1895, pp. 12-13.
- 4 Alfred and William Reid [1919], *Madeira. A Guide Book of Useful Information*, 5th edition, London, p. 16. Entre os hoteleiros, destaque-se Eugene Jones (1909), *A Handy Guide to Madeira containing a synopsis of useful and necessary information for intending visitors*, London, Wertheimer, Lea & Co. Entre os Guias comissionados por entidades públicas (Junta Agrícola da Madeira), refira-se A.F. Jardim (1914), *Madeira. The pearl of the Atlantic*, Lisbon, Anuário Commercial. Nos Guias redigidos por profissionais, anote-se Brown's *Madeira and Canary Islands with Azores. A practical and complete guide for the use of invalids tourists and residents* (1901), 6th edition, London, [S.I.], Sampson Low, Marshon and Co Ltd, que foi reeditado até meados do século XX.
- 5 Adriano A. Trigo e Aníbal A. Trigo (1910), *Guide and Plan of Funchal*, Funchal, Typografia Esperança. Sobre a criação da Junta, ver Decretos de 11 de Março de 1911 e 15 de Maio de 1912. Ver também A.F. Jardim (1914).
- 6 John Osborne (1843), *Guide to the Madeira, Azores, British West Indies, and Northern South America, compiled from documents specially furnished by agents of the Royal Mail Steam Packet Company and other authentic sources. With a description of the passage of the Isthmus of Panama*, London.
- 7 P. Garnier (1959), *Itinéraire de Paris à Madère*, Publication de l'Union Médicale, Octobre.
- 8 A.C. Herédia (1888), *Observações sobre a Situação Económica da Ilha da Madeira e sobre a Reforma das Alfândegas*, Lisboa, p. 40.
- 9 Laurent Tissot (2000), *Naissance d'une industrie touristique. Les Anglais et la Suisse au XIXe siècle*, Lausanne, Payot, pp. 205-207.
- 10 Marquês de Jácome Corrêa (1927), *A Ilha da Madeira. Impressões e notas archeológicas, ruraes, artísticas e sociais escritas de Janeiro a Maio de 1925*, Coimbra, Imprensa da Universidade, p. 88, e J.G. Hutcheon (1928), *Things seen in Madeira*, London, Seeley, Service & Co. Ltd.