

**VIAGENS, LITERATURA DE VIAGENS E REPRESENTAÇÃO DO ESPAÇO
ESTUDO DE APLICAÇÃO: O DOURO VINHATEIRO NOS GUIAS DE
VIAGEM ESTRANGEIROS DOS SÉCULOS XIX E XX (1845-1974)**

**TRAVEL, TRAVEL LITERATURE AND REPRESENTATIONS OF SPACE
IMPLEMENTATION STUDY: THE DOURO WINE REGION IN FOREIGN
TRAVEL GUIDES FROM THE NINETEENTH AND TWENTIETH CENTURIES
(1845-1974)**

Isabel Oliveira¹
Didiana Fachada Fernandes²

RESUMO

Neste estudo procura-se abordar e analisar algumas modalidades de entendimento da paisagem vinculadas a práticas de viagem de diversa índole em particular, na construção de uma paisagem histórica e de uma imagem da organização humana no passado. Alguns autores defendem que a literatura de viagens tem sido, ao longo dos séculos, tão popular como qualquer outro tipo de literatura, sendo, no entanto, muitas vezes negligenciada. Ao longo dos tempos este género tem sido utilizado como fonte de informação, tendo proliferado, nos últimos anos, os estudos sobre a viagem e sobre a perceção da sua relevância para o conhecimento das atitudes mentais perante um dado espaço geográfico, social e cultural. Neste trabalho procura-se a representação do espaço de viagem com uma sumária incursão pelos trilhos da multidisciplinaridade no estudo do Espaço, que se situa entre campos diversos, onde se procura compreender como se constrói uma imagem de um espaço que vem ocupar um lugar de destaque. Será que poderemos falar em transformação do espaço e da cultura? Para nós o que é mais pertinente é o facto de os espaços de representação estarem associados ao vivido, porque, no fundo, o que desejamos apreender é a representação de um espaço através de fontes do passado – os guias de viagem que geram “espaços guiados” de estereótipos que fazem parte de uma identidade nacional ou regional e que são refletidos em informações textuais. Como podem os guias de viagem funcionar como fontes de estudo? Serão credíveis? Será assim que, em busca de um quadro teórico, se abordam e analisam as particularidades destas fontes. Os guias de viagem sugerem a escolha de caminhos e destacam objetos, para que os visitantes se concentrem no fundamental. Partimos, pois, do princípio de que, estas obras, apesar do carácter redutor, que muitas vezes lhes é atribuído, podem apresentar uma ideia de como terá sido sucessivamente construída e transmitida uma imagem expectante dos lugares e das suas paisagens.

Palavras chave: Representação, paisagem, viagens, literatura de viagens, guias de viagem

ABSTRACT

This study seeks to address and analyze some notions and interpretations ascribed to the term “landscape” linked to different types of travel habits, particularly in aspects that have to do with the construction of a historical landscape and with elements that will provide people with an image of the type of human organization that prevailed in the past. Some authors argue that travel literature, although often neglected, has been, over the centuries, as popular as any other type of literature. Throughout history this literary genre has been widely used as a source of information and in recent years there has been a strong increase in the amount of studies conducted on travelling and on the perception of its relevance to the knowledge of the mental attitudes that are triggered by a given geographic, social and cultural place or destination. This paper seeks to represent the space of travel through a brief, but multidisciplinary, incursion in the study of Space, a study with which one seeks to understand how to create an image of a place one will eventually be proud of. Could it perhaps be said that space and culture are undergoing some sort of transformation? As far as we are concerned, what really matters is the

¹ IPV/ESTGL – ioliveira@estgl.ipv.pt

² IPV/ESTGL – dfernandes@estgl.ipv.pt

fact that spaces of representation are associated with any possible experience people have been through, because what we truly want to grasp is the representation of a certain space provided by sources that originate from the past – travel guides that generate stereotyped "guided spaces" that are part of a national or regional identity and are reflected in textual information. How can travel guides work as sources of information that can be used in a study? Will they be reliable? This will be the way the specific characteristics of these sources will be henceforth addressed and analyzed, a way that will allow us to achieve the credible theoretical framework we need. Travel guides suggest the choice of certain paths and highlight objects so that visitors may focus on what is essential. We will assume that these works, despite their reductive nature, are able to offer a notion of how an image of a certain place and of its landscapes could have been shaped over time in order to meet potential visitors' expectations and how this final product is then disseminated.

Keywords: Representation, landscape, travel, travel literature, travel guides

A Viagem

O homem sempre se deslocou no espaço, impulsionado por interesses diversos, acochado por invasores, cumprindo obrigações religiosas ou por simples lazer (Camargo, 2001: 40). Todavia, não se deverá considerar este processo como contínuo pois encontrar-se-ão rupturas e formas diversas de o fazer: alterações de sensibilidades, sociabilidades diversas, meios de transporte e acessibilidades diferentes e realidades distintas, aliadas aos perigos inerentes às viagens no passado.

A História mostra que a viagem nem sempre foi fácil: viajar não era só caro como arriscado. À partida a viagem era encarada com apreensão e os viajantes eram olhados como grandes aventureiros, com a exceção do *Grand Tour*, já na segunda metade do século XVIII, quando a maioria das pessoas cultas viajavam pela Europa, em estadas de longa duração. As viagens passam a merecer o interesse da generalidade dos intelectuais e muitos dos grandes escritores dedicaram-lhe alguns dos seus livros. Os viajantes, mais do que aventureiros e arrojados, são bem instruídos e percorrem bibliotecas e leituras antes das suas incursões. Tornava-se imperativo este rito de iniciação entre a camada jovem aristocrática embora não fosse completamente consensual o efeito real desta educação pela viagem – enriquecimento em contraste com vícios e aculturação.

No entanto, pode-se afirmar que a emergência do turismo coincidiu com o advento da "Revolução Industrial", em Inglaterra. Os ingleses foram naturalmente os percussores, e a magnitude deste movimento deve-se a uma mudança radical na sensibilidade nas sociedades ocidentais com o surgimento

do lazer e do tempo livre que mais tarde daria origem às férias. Era a “industrialização do tempo e do espaço” (Schivelbusch, 1988).

Este movimento é catalisado pelo desenvolvimento ferroviário e começa a estender-se a uma margem populacional mais alargada. É “a idade de viagem de massas: vapor e velocidade” (Lavenir, 1999: 9). Até à comunicação por via-férrea ser facilitada, as oportunidades de deslocação estavam limitadas aos ricos. Estes poderiam utilizar as suas carruagens nas suas viagens, porém, os de menores posses estavam confinados aos seus cavalos, enquanto a maioria da população teria de caminhar ou ficar em casa. Esta situação era tão vulgar que, na generalidade, o ser humano estava conformado com o facto de permanecer “para sempre” no local onde nascia (Corbain, 2001:30). Agora generalizava-se a procura de termas, de estâncias balneares e de montanhas (Corbain, 2001).

Os caminhos de ferro de George Stephenson, engenheiro inventor do primeiro motor a vapor para a locomotiva de ferrovia, foram a glória de engenharia do século XIX. À época, em Inglaterra, este meio de transporte “matava” qualquer outro meio de locomoção nas áreas onde surgia, pois os outros sistemas de transporte não possuíam qualquer capacidade competitiva.

Perante este suplantar de expectativas, a construção dos caminhos de ferro continuou com grande rapidez. Outros países seguem o exemplo de Inglaterra até que as linhas do transporte ferroviário se tornaram tão comuns como as estradas. E aqui entra o papel de Thomas Cook e de seu filho, pelo seu contributo para um conceito de viagem que não existia até então. Ainda no século XIX, Thomas Cook, estabelece os fundamentos das viagens organizadas ao introduzir o conceito de “pacote turístico” (Rejowski, 2002).

A evolução sentida nos transportes abre as portas a um novo mercado que se institucionaliza com Thomas Cook, não só a nível ferroviário mas, também, marítimo.

O barco a vapor conhecido por *steamer* veio substituir os obsoletos *clippers*, pesados barcos de madeira. Os *steamer* ou paquete teve uma grande utilidade pois, para além de ser usado como correio e transporte de passageiros, passou também a ser usado para as transações comerciais, dando origem aos navios de carga e à sua conseqüente modernização. O início do serviço regular de vapores entre os Estados Unidos e a Europa, no final de

1840, trouxe acomodações mais espaçosas e confortáveis e uma viagem previsível de 10 a 14 dias, com as tarifas um pouco reduzidas. Os americanos de classe alta, que podiam pagar férias por três meses na Europa, responderam com entusiasmo e o número de turistas para o exterior passou de uma média anual de aproximadamente 6.000, em 1840, para cerca de 30.000 no final de 1850 e, finalmente, chegou a 94.000 pessoas por ano na última década do século (Perkins, 1979).

Estes dois novos meios de transporte, comboio e pacote, trouxeram inúmeras vantagens para a população e para a indústria. Eram ambos mais rápidos do que os anteriores, o que proporcionava uma economia de tempo e o encurtar de distâncias; além disso, podiam transportar maiores quantidades de mercadorias por terem uma capacidade maior, o que iria provocar uma diminuição do preço médio por transporte, ou seja menos gastos com o transporte e uma maior poupança.

Portanto, na primeira metade do século XIX ressalta, sobretudo, uma alteração de estilos de vida a todos os níveis. As descobertas e inovações, como o telégrafo, o telefone, a expansão dos caminhos de ferro e das estradas vão revolucionar o fenómeno do turismo, assim como uma nova forma de encarar o lazer e o tempo de férias. Esta é uma época de grandes mudanças: as viagens coletivas organizadas são uma realidade, os hotéis começam a ser eletrificados e surgem as primeiras cadeias hoteleiras.

A atividade turística começa a estruturar-se na Europa do século XIX, como comprovaremos no capítulo dedicado à história dos guias de viagem, com o surgimento do turismo organizado. A partir daqui vão-se constituindo “destinos” e, como tal, surge a produção de imagens de espaços turísticos, e as viagens ganham um novo sentido, pois passam a ser mais compostas e frequentes. Mas muito ainda se transformariam. Segundo Urry (2001), só após a Segunda Guerra Mundial houve uma aceitação geral de que as férias constituíam uma base de renovação pessoal e profissional. As férias tornaram-se marca de cidadania, direito ao prazer e renovação da saúde.

Mas a viagem também representa um grande objeto de desejo. O prazer, a liberdade e o lazer são enaltecidos nas sociedades contemporâneas, em que predominam os valores do individualismo, gerando um ambiente extremamente favorável ao turismo e à sua ascensão. Para Urry, é difícil

conceber a natureza do turismo, sem ver como tais atividades são literalmente construídas na nossa imaginação pela propaganda e pelos *media*, assim como pela competição entre diferentes grupos sociais. Se o consumismo envolve a busca do prazer imaginário, então o turismo constitui um paradigma. Na verdade “a satisfação do viajante nasce da expectativa, da procura do prazer, que se situa na imaginação” (Urry, 2001). O turismo acaba por envolver expectativas de novas e diferentes experiências, que divergem das quotidianas.

Ainda hoje, num mundo globalizado, de consumo acessível e bombardeado pela publicidade, as viagens estão mais no âmbito do ocasional ou do extraordinário, que do quotidiano. Viajar é justamente sair do dia-a-dia, e alguns lugares são visitados uma única vez na vida de uma pessoa. Por isso, as viagens sempre fomentaram a memória e estão associadas a objetos que estimulam a recordação e a imagens que levamos para casa. Por isso, exibir, relatar ou contar o que se viu numa viagem sempre foram e são, de certa forma, indissociáveis.

Literatura de viagens

O género de narrativas em análise – literatura de viagens- é considerado por inúmeros autores como uma etapa fundamental no ato de viajar, sendo possível criar uma marca de distinção e um percurso individual através da escrita (Vicente, 2003). É através da escrita que o viajante comprova a sua presença em dado espaço e, através dela, os seus leitores criam imagens a partir das reproduções escritas. É uma “visão de passagem” (Duncan, 1999).

A expressão “literatura de viagens” levanta alguma polémica no tocante à sua utilização como fonte de investigação, porque se reporta a testemunhos deixados por não autóctones.

Adams Percy (1988), que dedicou grande parte da sua investigação a esta temática, defende que a literatura de viagens tem sido, ao longo dos séculos, tão popular como qualquer outro tipo de literatura, sendo, no entanto, muitas vezes negligenciada. No entanto, este género tem sido frequentemente utilizado como fonte de informação, tendo proliferado, nos últimos anos, os estudos sobre a Viagem e sobre a perceção da sua relevância para o conhecimento das atitudes mentais perante um dado espaço estrangeiro, geográfico, social e cultural.

Estas narrativas poderão ser de variada ordem, “desde o escrito mais ou menos autobiográfico e memorialista até ao relato de viagem, passando pelo relatório e apreciação de índole puramente comercial ou científica” (Clara, 1991: 57) e, apesar da evidente subjetividade que as caracteriza, estas obras podem constituir uma fonte incontornável para o conhecimento da realidade, em momentos específicos da história. No entanto, há que fazer a sua utilização ponderando sempre, a “intrínseca subjetividade das mesmas, os seus vestígios caricaturais e metafóricos” (Clara, 1991: 65), até porque estas obras acabam sempre por revelar evidências e referências à própria cultura do autor.

Perante esta subjetividade, aliada à vertente ficcional das obras, assiste-se a uma tendência para tipificar estas narrativas, nos seus subgéneros. Não será nosso propósito a classificação destas narrativas de viagem, se literatura, se género literário; parece-nos que, de facto, a literatura de viagens tem uma especificidade própria, dependente em primeira instância do narrador/escritor sendo, igualmente, indissociável dos contextos histórico, cultural, político e geográfico em que foi produzida, porque a história da viagem está envolvida na evolução da própria literatura de viagens (Percy, 1983).

Deve-se salientar que esta perspetiva não é consensual, a de que se pode encontrar correspondência entre o panorama histórico da viagem e a evolução da literatura de viagens. Fernando Cristóvão defende no estudo “Para uma Teoria da Literatura de Viagens” que, com a crescente massificação do turismo torna-se duvidosa a analogia entre a literatura e a viagem. Afinal, com o turismo “todos podem ir a qualquer parte”, matando-se assim a expectativa e a necessidade de narração (2002:35).

Não participando nesta polémica, podemos afirmar que tomando os guias de viagem como literatura de viagens, há que assumir algumas características intrínsecas deste subgénero, sendo alguns sinónimos de consistência quanto a informação e proteção dos viajantes em relação ao desconhecido, no auxílio aquando da preparação da viagem e como companhia na sua realização. Este tipo de publicação ajustou-se ao tipo de viagem e aos viajantes coexistentes em cada momento histórico, tal como a viagem. Primeiro a uma elite reduzida, que concebia a viagem como forma de educação. Mais tarde, a um público mais vasto e com necessidades “turísticas”, já associadas ao desenvolvimento dos transportes e das

infraestruturas inerentes a esta atividade e cada vez mais especializadas. Surgem manuais simples e relativamente desconhecidos e guias publicados por famosas editoras que encontraram e encontram, ainda hoje, grande projeção europeia.

Portanto, a crescente diversificação da literatura de viagens, de autores e de editores, sempre viveu e vive numa estreita relação com as condições históricas e sobretudo com as condições tecnológicas ininterruptamente mais sofisticadas, como acontece no imparável mundo das viagens.

Espaço de Viagem – Modelo de Representação

O Espaço de viagem é, por sua vez, uma realidade construída pelas práticas individuais e coletivas e sabemos que existe uma relação estreita entre o espaço físico e o espaço social, enquanto espaço construído, e o espaço percebido e representado. É a sociedade que produz o espaço social, através da apropriação da natureza, da divisão do trabalho e da diferenciação. O próprio espaço físico é também, em grande medida, construção do imaginário individual e coletivo. Pode dizer-se que a relação com o meio ambiente é mediatizada por representações. “Existe uma circularidade: constrói-se como se representa e representa-se como se constrói” (Fernandes, 1995:1180).

Assim sendo, o entendimento do espaço implica a mobilização de várias ciências, sendo que, na nossa investigação, em particular, a apreensão socorre-se, sobretudo de fontes documentais, logo, o que para nós é mais pertinente é o facto de os espaços de representação estarem associados ao vivido, porque no fundo, o que desejamos apreender é a representação de um espaço através de fontes do passado e tentar descortinar o que “viaja” desse espaço até aos nossos dias. No entanto, sabemos não ser possível uma sujeição rígida a estas fontes até porque, como defende Soja, um excessivo apego ao rigor histórico “leva a uma crescente submersão e dissipação da imaginação geográfica e a um eventual aniquilamento do espaço pelo tempo, sendo imperativo um discurso crítico (1993:41).

“Viajar” é definido em múltiplos dicionários como a ação de ir para outro país ou outra região e contempla, sempre, as mesmas etapas: partida, périplo e chegada e, implica a ideia de retorno. Esta definição, significativa entre os sociólogos, reconhece a viagem como ritualista e com a sequência comum a

todos os ritos de passagem. Na definição de “passageiro”, proposta por J.D. Urbain (1991), o viajante seria composto por três esferas dependentes:

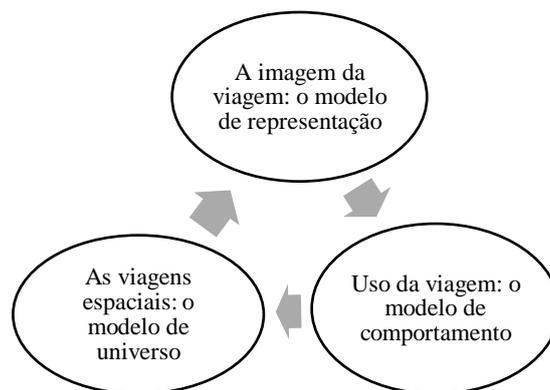


Figura. 1 – Esferas do viajante (adaptado de Urbain, 1991)

O modelo de representação interessa-nos particularmente porque determina a estratégia que o viajante irá implementar para fazer coincidir uma representação com o seu usufruto, em determinado espaço, com um propósito conducente à realização prática dessa representação. O lugar para o viajante corresponde a uma representação típica da jornada com um propósito e com um espaço-tempo propícios para a realização concreta desta representação.

Neste modelo, o conceito de viagem seria mudar a história de vida até mesmo antes de mudar de lugar. Esta posição adequa-se completamente à nossa investigação e às nossas fontes documentais, porque estas sugerem uma representação dos espaços a visitar: a imagem da viagem, antes da sua concretização. E sabemos que na imagem turística há muito de mitos e de imaginário.

Para medir a distância entre o espaço ideal (imagem) e o espaço real, parece essencial oferecer uma metodologia baseada em três campos de investigação que correspondem a três tempos da viagem contextual:

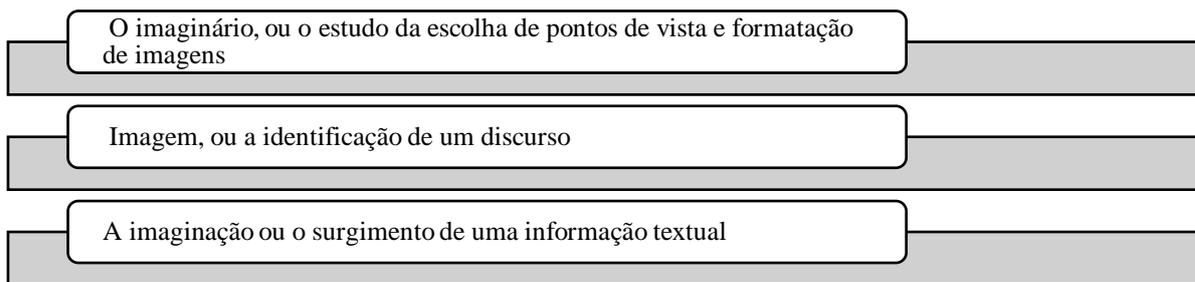


Figura 2 – Distância entre o espaço ideal e espaço real (adaptado de Mendibil *et al.*, 2001)

Na informação textual proposta por Mendibil *et al.* resultam “espaços guiados” de estereótipos que fazem parte de uma identidade nacional ou regional e que são refletidos em informações textuais (2001: 86) e representações.

Stuart Hall afirma que “a representação atua simbolicamente para classificar o mundo e nossas relações no seu interior” (2002: 8). Sendo assim, pode-se considerar que o estudo das representações é cada vez mais central para a compreensão dos estereótipos, lugares e imagens que povoam o imaginário social. Pode-se considerar, também, que essas representações dizem muito acerca do social e que se repetem sequencialmente no ambiente dos meios de comunicação: fotografias, ilustrações, revistas, jornais e nos próprios guias de turismo.

Estudo de Aplicação: O Douro Vinhateiro nos guias de viagem estrangeiros dos séculos XIX e XX (1845-1974)

Este estudo de aplicação- *O Douro Vinhateiro nos guias de viagem estrangeiros dos séculos XIX e XX (1845-1974)* - tem como finalidade estudar a forma como o espaço duriense foi percecionado e divulgado ao longo do tempo, através dos guias de viagem estrangeiros (impressos e editados) e, conjuntamente, analisar as alterações sociais, culturais e espaciais, associadas à viagem por este território. A pesquisa inscreve-se no campo da experiência de viagem proposta aos viajantes: das motivações, das formas possíveis de se deslocar para e pela região, de permanecer nos lugares, do compor a paisagem.

Neste estudo de aplicação, de forma sucinta, os principais objetivos passam por tentar:

-reconstituir os momentos determinantes na cronologia de afirmação do Douro vinhateiro como espaço de visita; observar as alterações verificadas nas viagens pelo Douro, em grande parte determinadas pelo desenvolvimento tecnológico e industrial que permitiu o aparecimento e generalização de novos meios de transporte;

-analisar a representação estética da natureza e dos ângulos sociais e culturais mais expostos nas reproduções narradas e, se possível, observar a evolução na conceção do(s) espaço(s) nos guias consultados.

Na verdade, esta abordagem estará sempre mais próxima da região designada no início do século XIX por “País Vinhateiro do Alto Douro”, que embora nunca chegasse a constituir um quadro político-administrativo autónomo sempre foi considerada uma região delimitada e com identidade própria.

Os limites da região produtora de vinho do Alto Douro e o levantamento cartográfico do seu espaço, na totalidade, e com rigor, são representados tardiamente, aquando da publicação, em 1843, do *Mappa do Paiz Vinhateiro* elaborado pelo Barão de Forrester (1831-1861), constituindo esta imagem, como que o início estabelecido para a nossa investigação, dado que, finalmente, a região do Alto Douro se encontrava cartograficamente fixada e difundida.

Mas não podíamos fugir ao período de generalização das viagens e do caminho-de-ferro e omitir as décadas em que os itinerários se diversificam, em que se criam novos hábitos e a viagem se generaliza e dissemina na Europa

Mesmo em Portugal, no início do século XX, o turismo é institucionalizado, com a criação do Conselho e Repartição de Turismo e de uma máquina de propaganda política que vai veicular uma nova imagem de Portugal que acabaria por abrir o País ao exterior.

O ano de 1974 surge como data limite da análise com a passagem ao Regime Democrático, marcando uma viragem no sector do turismo, com a sua reestruturação administrativa e a subsequente criação da Secretaria de Estado do Turismo.

Seleção de fontes, metodologia e presença do Douro vinhateiro nos guias

Perante a diversidade de guias de viagem e escolhas, deparámo-nos com a necessidade de estabelecer critérios de seleção dos guias de viagem que expõem Portugal e/ou o Alto Douro. No fundo, tratava-se de definir as estratégias de apreensão e representação do espaço através da seleção das fontes.

Como procurávamos a visão de Portugal e do Douro no exterior, perante a constatação de que as séries de guias mais famosas incluíam Portugal em guias sobre a Europa e que, posteriormente, se aplicaram na publicação de guias dedicados à Península Ibérica, em consecutivas reedições e traduções em inglês e francês, este foi o nosso universo preferencial.

Deixámos por analisar os guias de viagem estrangeiros dedicados exclusivamente a Portugal porque se situavam, sobretudo, num contexto temporal tardio, já no século XX, pela sua componente repetitiva e porque se alicerçavam, sobretudo, em traduções de guias de autores e edição portuguesas, o que condicionaria o nosso estudo, pois, através do olhar estrangeiro, procurámos uma observação tendencialmente mais distanciada.

Nesta fase etapa começámos por observar quantitativamente a presença do Alto Douro nos guias analisados.

Efetivamente, são poucos guias de viagem dedicados à Europa que se aventuraram em comentários acerca do espaço Alto Douro e acerca das suas características. Este facto leva-nos a crer que o Alto Douro, dada a sua interioridade, salvo raras exceções, se manteve fechado a expedições de forasteiros, o que, por si só, não impulsionava os autores dos guias a promoverem esta região. Esta circunstância levou-nos a analisar, numa primeira fase, obras que apenas divulgavam ideias gerais sobre a região do Douro, ou seja, a partir das descrições da cidade do Porto e sua área envolvente. Tentámos compreender a importância regional do negócio do vinho do Porto, para além das fronteiras do território vinícola e detivemo-nos, igualmente, na existência, ou não, da noção e da imagem de um território duriense produtor de vinho.

Grande surpresa, aquando da análise dos guias dedicados à Península Ibérica. Obviamente que, pela redução do espaço a descrever, a exposição é mais completa e organizada, constatando-se que quase todos salientam e

referem este território. Não podemos, no entanto, afirmar que esta presença é clara ou que os guias dedicam textos especificamente sobre o Alto Douro Vinhateiro, mas, independentemente do tipo de guia, mais descritivo ou mais funcional, esta região acaba por surgir como uma proposta de visita.

Há, assim, uma presença constante e relativamente em termos cronológicos, sendo que a lacuna por volta de 1945 se deve à escassez de guias sobre a Península Ibérica, devido à Guerra Civil de Espanha e durante e logo após a II Guerra Mundial.

Poderíamos supor que esta presença se deve à cidade do Porto e que, o vale do Douro e sua descrição são um prolongamento da difusão da segunda maior cidade do país, mas essa não é a verdade. Desde logo, os itinerários propostos até ao Alto Douro são regulares embora surjam descrições restringidas a localizações precisas ou a generalidades acerca do vinho do Porto.

Perceção do território duriense produtor de vinho

Após tentarmos compreender a importância do vinho do Porto, para além das fronteiras do território duriense, centrar-nos-emos na consciência e conhecimento da existência de um território duriense produtor de vinho. Nos finais do século XVIII, o autor do famoso *Guide des voyageurs*, referia-se a um distrito produtor exclusivo, onde os ingleses compravam toda a colheita que seria depois carregada para os seus armazéns:

Porém, os guias acerca da Europa publicados posteriormente ignoram esta parcela de território e como se centram na cidade do Porto, reportam-se apenas ao negócio do vinho e ao seu peso nas exportações, descrevendo, o dinamismo da cidade que advinha deste negócio, ignorando a região vinhateira, território produtor apartado. Esta visão de distância poderia servir de resguardo aos redatores dos guias de viagem, que, naturalmente, possuíam muito mais informação disponível acerca do Porto e de seus arredores. Apenas o *Harper's handbook*, de 1864, se refere explicitamente a um território adjacente onde era produzido o vinho do Porto.

Na verdade, até 1920, nos guias vocacionados para a Europa nunca houve espaço para este território. Apenas em 1936 surgiu uma referência à

Region of Port Wine, no guia *Fodor*, mas sem convite à viagem, indicação de trajetos ou sugestões de visita no Douro. Aliás, esta será a realidade em todos os guias similares posteriores.

A par desta escassez de informação, a falta de precisão em relação à região vinhateira sempre esteve patente nos guias dedicados à Europa. Na década de 30 a confusão subsistia e o espaço produtor de vinho é registado como uma região abrangente que envolvia toda a vizinhança do Porto

Apenas na década de 60, com a chegada da aviação comercial, com a reparação das estradas e das vias férreas, com a popularização dos automóveis, que se tornaram acessíveis a pessoas de médios e até de pequenos recursos, as vias de acesso em Portugal simplificaram-se e o fluxo de turistas principiou. As viagens internas eram cada vez mais comuns e os guias procuravam aconselhar os turistas relativamente a excursões nos subúrbios das principais cidades. O Porto era uma cidade exemplar para este tipo de visita e o Alto Douro começa a parte das propostas de visita, a par de Braga e Guimarães (Fielding, 1960).

Porém, apesar da referência a este território, as informações para quem pretendesse deslocar-se até à região e por lá viajar são escassas e, apesar de nos guias sobre a Europa o Alto Douro surgir, pontualmente, por entre as sugestões de visita em Portugal, esta região nunca é verdadeiramente decifrada. Estava agarrada ao conceito “casa do vinho do Porto”.

Constatamos pois, que a informação constante nos guias sobre a Península Ibérica era objetivamente a única existente, no entanto, a evolução no território passa por fases distintas.

Nos guias dedicados à Península Ibérica, surge quase sempre alguma informação sobre o Alto Douro mas sem grande rigor e sobretudo ligada a pormenores que rodeavam a produção, acerca das doenças da vinha e mesmo acerca das quintas mais famosas e prósperas, ligadas aos principais proprietários da região, mas a descrição direta do espaço escasseava.

A evolução no território era pouco perceptível até à década de 1910, e tanto se encontram generalidades sobre o Alto Douro, como referências a povoações, excursões, características da vinha e do vinho e da região como um todo ou áreas em particular.

Após 1910 já se encontram referências a este território e já se encontra a expressão *Paiz do vinho*, as suas características geológicas e a subdivisão deste território em Baixo Corgo e Cima Corgo.

Mas, progressivamente os guias sobre a Península Ibérica passam a dedicar-se, sobretudo, à disponibilização de itinerários sintéticos e apegados aos melhoramentos na linha de caminho-de-ferro do Douro e, gradualmente, a informação acerca do território vai-se desagregando. Nas décadas de 1920 e 1930 esta tendência torna-se evidente, com a descrição da linha, apeadeiros e pouco mais.

A partir dos anos 1940, os guias de viagem sobre a Península tomam outro rumo e passam a apresentar descrições em forma de artigos, baseados e (ou) copiados dos discursos do Estado Novo, onde cada região possuía uma identidade própria, e a informação condensa-se em volta do vinho e da sua produção.

Era a imagem da “nação” a ser transportada para os guias estrangeiros. A terra do vinho faz agora parte integrante dos guias e, de forma sintética (numa ou duas páginas de texto) está sempre presente uma visão *da Land of wine* (Ogrizek, 1953: 431), do *Wine country* (Clark, 1953: 116), ou do *Upper Douro* (Fodor, 1960: 399).

Começa a existir uma separação, em capítulos independentes, da cidade do Porto e da região produtora de vinhos, porque, evidentemente, o vinho nasce lá longe, embora ainda sem rigor nas distâncias e nos conselhos aos viajantes acerca do território. Esta falta de rigor denota alguma fragilidade no contacto efetivo dos narradores e autores dos guias com o espaço do Alto Douro, sendo a informação retirada, consecutivamente, de guias antecessores, o que se trata de uma característica inata aos guias de viagem mas que vem desvirtuar a construção da imagem da região, mesmo nos guias que apenas se dedicavam a Portugal e a Espanha.

A representação do espaço: o território de viagem, a paisagem, o rio e os aspetos sociais

A leitura prende-se, sobretudo, com o estudo de variáveis que pudessem transmitir a realidade espacial dos viajantes e dos durienses no período em análise.

Não nos restam dúvidas de que os autores dos guias que propunham uma visita ao Norte de Portugal estavam conscientes da existência um território adjacente onde era produzido o vinho do Porto. No entanto, apenas no século XX se encontram referências ao antigo *País do Vinho*, tratando-se da parcela de vinhedo mais antiga. Esta área manter-se-ia a mais projetada nos guias como que formando um eixo central -Vila Real-Régua-Lamego.

Sempre houve alguma inconsistência acerca da circunscrição desta região, até porque o espaço cultivado de vinha e a demarcação sempre se confundiram. Na verdade, os esclarecimentos acerca da localização, configuração e dimensão apenas se encontram nas entrelinhas e com parco destaque.

Progressivamente os guias passam a dedicar-se, sobretudo, à disponibilização de itinerários demasiado apegados à linha de caminho-de-ferro do Douro e, gradualmente, a informação acerca do território vai-se desagregando, surgindo um Alto Douro ao longo do rio.

Os registos encontrados nos guias, face à rede hidrográfica do Douro, reportam-se quase exclusivamente ao rio Douro, como se este fosse um elemento isolado. Mais uma vez foram as novas ligações ferroviárias e ramais que trouxeram mais alguns esclarecimentos acerca dos seus afluentes e suas localizações geográficas.

A descrição da paisagem duriense e do meio envolvente é também mais exígua nos guias de viagem do que era expectável. Na verdade, a descrição paisagística está confinada à grandiosidade de uma paisagem declivosa e completamente repleta de vinhas. Cansativa. Imponente e solitária. A hiperconotação do vinho na paisagem não é de estranhar, dado que seria esta a grande referência que os autores dos guias possuíam, o que, de certo modo, veio desertificar a paisagem descrita.

Há, na segunda metade do século XX, um retorno à imagem traçada do Douro e dos durienses provavelmente por força das políticas do Estado Novo face às tradições e ao turismo. Inesperadamente voltava-se ao *Paiz Vinhateiro do Alto Douro* de Forrester. Há um regresso à representação do Alto Douro através de uma cortina de idealismo. e conserva-se uma imagem que ultrapassa a realidade: o que de facto o Douro vinhateiro seria capaz de ser, mas que de facto nunca foi.

É agora ainda mais notória a presença inglesa e dominante no negócio do vinho do Porto. Na verdade, estes consideravam os portugueses como incapazes de promover internacionalmente o vinho do Porto, e não lhes custava condescender que o vinho do Porto era mais próximo do gosto inglês porque estes eram, genuinamente, melhores apreciadores. É a permanente cedência aos interesses estrangeiros.

Mas, o retrato dos comerciantes ingleses na região é inexistente, assim como é inexistente, nos guias de viagem, a relação entre os cultivadores e compradores. O mesmo se passava em relação ao papel dos lavradores durienses. Para além do esforço humano de adaptação da cultura da vinha às difíceis condições de terreno acidentado pouco há a reter sobre o Duriense nos guias de viagem. Escasseiam expectativas face aos aspetos sociais e culturais da região. Na generalidade, relativamente a cada povoação, os guias reportavam-se apenas a questões ligadas à sua localização, posição estratégica no comércio da região ou a curtas apreciações sobre a sua organização e valores patrimoniais, esquecendo, de todo, as suas gentes.

Só a partir de meados do século XX se valoriza a azáfama da vindima e se retomam alguns estereótipos e imagens do passado, repetitivos e republicados, porque eram cópias de descrições literárias do século XIX. Voltam a ser transmitidos os momentos de grande movimento associados à vindima, mas nem sempre como uma atividade perfeita, pela extrema dureza de um trabalho mal pago, embora fosse enaltecida a alegria conotada a este momento.

Apesar de nada fazer esquecer a principal função do rio que era o transporte de vinhos até às caves de Vila Nova de Gaia, depreendendo-se pouca utilidade para uso turístico ressurgem alusões a viagens *aventureiras*, de barco rabelo, até ao Porto, que, na verdade são cópias de relatos de viagem do século XIX que haviam tido grande projeção.

A terra do vinho faz agora parte integrante dos guias sobre a Península Ibérica, no entanto, as informações para quem pretendesse deslocar-se até à região, mesmo depois de 1960, são quase inexistentes e esta região nunca chega a ser realmente descoberta.

Na segunda metade do século XX, com a difusão da informação e a publicação de obras dedicadas ao vinho do Porto, os guias começam a dar,

simultaneamente, ênfase a algumas questões técnicas ligadas à degustação e ao processo de envelhecimento do vinho, até aqui ausentes. O mistério de produção do vinho residia no processo de envelhecimento, nas caves, frente à cidade do Porto. E perdura esta ideia de que uma visita ao Porto quase possibilitava a contemplação das vinhas.

Considerações finais

Elegemos guias de viagem pela eficácia na transmissão de mensagens objetivas e claras, condensando o que é essencial e elementar do conteúdo das representações turísticas e isso trouxe-nos algumas dificuldades. Há que reconhecer que os guias do passado, analisados, pertencem a uma literatura puramente informativa. É claro que, numa perspetiva de criatividade literária adquire-se pouco. Os guias de viagem estão mais próximos das enciclopédias do que de romances e, embora, muitas vezes, possam conter fantasia e imaginação, os guias de viagem aderem ao seguro e reconhecido. Isso torna o texto mais do que criação, repetição: raramente arriscam expor transformações.

Na verdade, os guias não nos deram o retrato “fiel” do Alto Douro. São, entre outras, uma visão desta região. Muitos dos aspetos e conflitos do contexto social foram abafados em função da manutenção da dinâmica das relações de poder existentes. Em geral, estas publicações evitaram os conflitos, insatisfações e as debilidades do território, promovendo uma aparente “coesão social”, que sabemos não existir.

Ao longo da análise os guias raramente abordam questões ligadas à história da produção vinícola, ao facto de haver adulterações do vinho, conflitos entre viticultores e negociantes que foram uma constante na história desta região. Curiosamente o papel da Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro, enquanto reguladora do comércio fica ausente de apreciações. As questões institucionais e económicas da região, muito diversas ao longo do intervalo temporal de análise foram suprimidas criando um “espaço” temporal sem oscilações o que sabemos ser falso.

Se pensávamos que as variáveis aqui estudadas faziam parte do passado, alicerçando-se na memória de uma região esquecida e, posteriormente, promovida durante um regime de propaganda interna e externa, constatámos que, no caso do Douro, a imagem recuperada do Alto

Douro foi a que há muito existia, não se adaptando à evolução no território e à sociedade duriense. Os elementos que se mantêm referência turística são os mesmos de há séculos e a imagem é tão forte que dificilmente mudará, porque os durienses a tomam como verdadeira.

REFERÊNCIAS

- Adams, Percy G. (1983), *Travel Literature and the Evolution of the Novel*, Lexington: University Press of Kentucky
- Camargo, Haroldo L. (2001), “Fundamentos multidisciplinares do turismo: história” in Trigo, L. G. G. (org.) *Turismo: como aprender, como ensinar*, vol. I, São Paulo, Editora Senac.
- Clara, Fernando (1991) “Entre a literatura e a história: Verdade, ficção e Verosimilhança” in *Aspectos da história Luso-Alemã*, Comunicação apresentada no 2º Encontro da Associação Luso-Alemã para a Cultura e Ciência, Lisboa, Universidade Nova de Lisboa, pp. 57-68.
- Clark, Sydney (1953) - *All the best in Spain and Portugal*. Nova Iorque: Dodd, Mead.
- Corbain, Alain (2001), *História dos Tempos Livres*, Lisboa, Teorema.
- Cristóvão, Fernando (2002), “Para uma Teoria da Literatura de Viagens” in: Cristóvão, Fernando (Org.), *Condicionantes Culturais da Literatura de Viagens – Estudos e Bibliografias*, Coimbra, Almedina.
- Duncan, Carol e Derek Gregory (1999), *Writes of Passage. Reading Travel Writing*, Londres, Routledge.
- Fernandes, António Teixeira (1995), “Espaço social e suas representações”, *Actas VI Colóquio Ibérico de Geografia – A Península Ibérica um espaço em mutação*, Univ. Porto, n.º 2, Vol. III, pp. 1179-1185.
- Fetridge, William Pembroke (1864) - *Harper's handbook for travellers in Europe and the East*, 2.ª ed.. Nova Iorque: Harper & brothers.
- Fielding, Temple (1960) - *Fielding's Travel Guide to Europe*. Nova Iorque: W.Sloane Associates Inc.
- Fodor, Eugene (1936) - *On the Continent*. Londres: Francis Aldor, Aldor Publications.
- Forrester, Joseph James (1843) - *Mappa do Paiz Vinhateiro do Alto Douro*. Porto: António Maria de Magalhães.
- Hall, Stuart (2002), *A Identidade Cultural da Pós-Modernidade*, 7.ª. Ed., São Paulo, DP&A Editora.
- Lavenir, Catherine Bertho (1999), *La roue et le stylo : comment nous sommes devenus touristes*, Paris, Editions Odile Jacob.

- Mendibil, Didier, Marie-claire Robic, Jean-Marc Besse (2001), "Recherches pour une iconologie géographique", *Bulletin Intergéo*, 1/2001, Paris, pp. 85-93.
- Ogrizek, Doré (1953) - Spain and Portugal, Coleção World in colour series. Nova Iorque, Londres, Toronto: McGraw-Hill Publishing.
- Percy, Adams Percy G (1988), *Travel Literature Through the Ages : an Anthology*, New York, Garland.
- Perkins, Edwin (1979), *Tourists and Bankers: Travelers' Credits and the Rise of American Tourism, 1840-1900*, University of Southern California, Business and Economic History, Archives 1962- 1999, Second Series, Volume 8
- Reichard, Heinrich August Ottokar (1793) - *Guide des voyageurs en Europe*, 2 vol., 1.^a ed.. Weimar: Bureau de l'Industrie.
- Rejowski, Mirian (2002), *Turismo no Percurso de Tempo*, São Paulo, Aleph.
- Schivelbusch, Wolfgang (1988), *The Railway Journey. The industrialization of time and space in the 19th century*, Berkely, The University of California Press.
- Soja, Edward W. (1993), *Geografias pós-modernas: a reafirmação do espaço na teoria social crítica*, Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor.
- Urbain J.D.(1991), *L'idiot du voyage Histoires de touristes*, Plon, Paris, 1991.
- Urry, John (2001), *O Olhar do Turista: Lazer e Viagens nas Sociedades Contemporâneas*, São Paulo, StudioNobel SESC, 3.^a edição.
- Vicente, Filipa Lowndes (2003), *Viagens e Exposições – D-. Pedro V na Europa do Século XIX*, Algés, Editora Gótica.

Recebido em 05/02/2018

Aprovado em 07/05/2018