



I CONGRESSO NACIONAL DE TURISMO

I SECÇÃO

A INDÚSTRIA DO TURISMO

TESE APRESENTADA POR J. A. CORREIA DOS SANTOS



LISBOA

1 9 3 6





I CONGRESSO NACIONAL DE TURISMO

I SECÇÃO

A INDÚSTRIA DO TURISMO

TESE APRESENTADA POR J. A. CORREIA DOS SANTOS



LISBOA
1 9 3 6

Como se sabe, depois da ultima guerra, o protecçionismo económico levou os diversos países a erguerem barreiras para defenderem as suas indústrias da concorrência de produtos estrangeiros. Mas a industria de turismo, que constituía um dos principais recursos económicos da França e da Suíça, começou a ser desenvolvida e organizada noutros países, que têm pôsto em prática todos os meios para chamarem a atenção dos estrangeiros, sobre as suas belezas naturais, condições climatéricas e facilidades de vida económica.

Nos dois grandes certames internacionais realizados este ano, tanto na feira de amostras de Paris, como na exposição de Bruxelas, tivemos occasião de observar que, em todos os «stands», se tinha em vista dar realce ás belezas turísticas dos respectivos países.

No célebre pavilhão n.º 50 da feira de amostras de Paris, que era destinado ao turismo e Imprensa, eram apresentadas, em grandes ampliações fotográficas, as belezas mais atraentes da França, suas condições climatéricas, vias de comunicação mais rápidas e comodas e hotéis.

As estações termas ocupavam uma secção especial, dando-se o máximo realce ás regiões montanhosas de Puy de Dôme, de Mont Doré, a Vichy, a célebre rainha *des villes d'eau*, a Evian, Dax, etc..

Na exposição internacional de Bruxelas vimos a propaganda feita a regiões de turismo que até há pouco ninguém falava nelas, na Hungria, na Checo-Eslováquia, na Italia, na Holanda e na Alemanha.

Uma viagem pela zona do protectorado francês, em Marrocos, mostra-nos como se tem realizado nesta região do Norte de África uma notável obra de turismo e como no sindicato de iniciativa das diversas cidades, se trabalha com uma inteligente compreensão sobre o critério a que deve obedecer a moderna organização turística, para se lutar em concorrência com outros países.

Considerando duma forma geral a importância que vemos dar ao turismo nos diversos países da Europa, devemos fazer uma referência especial á organização do turismo na Alemanha, país este que conseguiu suplantat todos os atractivos que se apresentavam nos diversos centros europeus.

Para se poder conseguir tamanho successo, tratou a Alemanha de conseguir, em primeiro lugar, os dois principais factores do successo do turismo: a ordem pública e a vida barata a par de todos os seus notáveis factores de progresso que são sempre dignos de apreo.

Depois de garantida a ordem publica, com a liquidação do comunismo e outras medidas postas em prática por Hitler, proporcionou-se a vida barata aos estrangeiros por dois processos.

1) Criou-se o *Registermark*, que é o Reich Marek, com uma redução de 40 por cento, destinado a despesas feitas na Alemanha, nas subsistências e pequenas compras nos estabelecimentos.

O estrangeiro que se destina a visitar a Alemanha compra no seu país numa casa bancária um livro de cheques com a redução de 40 por cento sobre o valor da cotação do marco. Em cada dia que estiver na Alemanha recebe 50 marcos em troca dum cheque, num Banco ou ainda mais comodamente, numa estação de caminho de ferro, onde se encontra

instalada uma sucursal do Banco. Esses 50 marcos chegam perfeitamente para pagamentos da despesa do hotel e diversas compras a fazer de vestuário, etc..

Terminada a excursão, o turista tem de entregar os marcos que lhe sobejaram e que não dispendeu, numa casa bancária, recebendo um documento que lhe dá o direito a receber a importância desses marcos no país onde faz a compra e pelo mesmo preço que os adquiriu.

2) Outro meio de tornar a vida barata ao turista foi a redução de 60 por cento, nos preços dos transportes em caminho de ferro, quando o visitante permaneça na Alemanha mais de 7 dias.

Mas o ponto importante a pôr em foco, na obra de turismo realizada na Alemanha nestes últimos anos, é a soma fabulosa dispendida na construção de «cabarets», de «dancings» e de diversões que os estrangeiros muito apreciam e que constituem centros estonteantes de atracção.

Em Hamburgo, por exemplo, na avenida S. Pauli de cerca de mil metros de extensão, profusamente iluminada, encontram-se: dum lado, restaurantes e «cafés» sumptuosos e do lado oposto, «magasins» de modas, «cabarets» de architectura riquíssima, onde os divertimentos duram toda a noite e se podem aproveitar, dispendendo apenas o custo do consumo, que não é caro.

Nestes «cabarets» alternam os números de dança com os de «music-hall» e concertos com excelente orquestra.

A vida de Berlim á noite suplantou por uma forma esmagadora a tradicional orgia dos «cabarets» franceses.

O tipo de riqueza incomparável duma obra monumental de gosto artístico e de grandeza é a Waterland-Hause que só podia ser concebida e realizada por uma nação que possui o culto de tudo quanto é grandioso e monumental.

No Waterland-Hause com numerosos e vastos salões, apresentam-se dansas, costumes regionais de Espanha, Turquia, Japão, Marrocos, etc.; com a reprodução dos panoramas mais afamados de cada um desses países e a reprodução da tempestade nos Alpes.

Sucedem-se, ininterruptamente, os números de «music-hall», de dança e concertos.

Noutros «cabarets» exibem-se programas originaes e diversos que provocam a concorrência numa noite inteira, no percurso feito em «auto-car», na volta á capital alemã.

Os trabalhos que a Alemanha vem realizando para a concentração em Berlim dos desportistas que ali hão-de assistir, em Agosto de 1936, á disputa dos campeonatos da XI Olimpíada, mostram como os resultados obtidos com as receitas do turismo são superiores aos dispendios fabulosos que tem feito.

A construção do estádio para receber 100.000 pessoas, a fundição do sino colossal, cujo dobre terá em vista chamar a Berlim a mocidade de todo o mundo, a propaganda que estão fazendo em todos os países para que ali se efectue a concorrência dos desportistas, são uma obra como nunca se tinha concebido até hoje.

Enquanto a Alemanha se organiza para a luta no campo económico do turismo, a França e a Suíça perderam a sua situação privilegiada, devido ás condições do alto valor da sua moeda e a outras causas de que a Alemanha procura tirar partido.

*

* *

Como se sabe, os dois factores que facilitam a organização do turismo dum país, que possui belezas naturais a apreciar, um clima privilegiado como em algumas regiões de Portugal, são a vida barata e a ordem publica. Portugal encontra-se em condições excepcionaes para se poder tirar partido duma importante corrente turística, se soubermos estudar e pôr em prática o que constitui a atracção principal dos estrangeiros.

Em Londres, ouvimos classificar o nosso País como o *refúgio da Europa*, devido ás suas condições de tranquillidade da ordem publica e vida barata.

Em primeiro lugar devemos procurar qual é o país que tem mais condições de exportação de turistas. E' sem duvida alguma a Inglaterra,

devido ás suas agrestes condições climatéricas. O inglês vê-se forçado a procurar nos países estrangeiros condições que lhe faltam na sua terra, mas, também, se sabe que a educação inglesa é toda subordinada aos exercícios desportivos e quando um habitante da Gran-Bretanha se vê forçado a abandonar o seu país, procura um meio que lhe permita a sua vida habitual, não só nos campos desportivos, mas em boas condições higiénicas e de conforto.

O «golf» e o «cricket» são os dois exercícios desportivos que o inglês prefere e sem os quais não sabe viver. E' por isso que nos grandes centros de turismo da França se encontram os grandes campos de «golf» e as culturas de relva que são os locais predilectos da vida inglesa, não só da capital londrina, mas na da provincia.

Considerando a organização turística que convenha, não só aos ingleses mas aos habitantes dos outros países, devemos atender em primeiro lugar ás comodidades oferecidas pelos hotéis que são uma das principais causas de descontentamento da maioria dos estrangeiros que nos visitam.

Quem tenha percorrido as terras de segunda categoria da França, da Espanha, da Alemanha e de Marrocos e se habitue ás comodidades proporcionadas nos hotéis, não se pode dizer que seja muito exigente quando repare na falta de conforto que se nota na maioria dos hotéis de Portugal, que não é sentida pelos que nunca viram melhores, mas que não é tolerada pelos que conhecem os costumes dos povos mais civilizados.

São raros os hotéis portugueses onde as camas proporcionam as comodidades que se encontram nas dos estrangeiros.

A falta de educação da maioria dos criados presta-se sempre a reparos justificados.

A própria cozinha não satisfaz a muitos estrangeiros e sobretudo a forma como estes são servidos á mesa.

Em quasi todos os hotéis estrangeiros se adopta o costume de pôr na mesa a quantidade de comida destinada a cada hospede, deixando-o servir á sua vontade, no que mais lhe apeteça tanto nos «hors d'oeuvres» como nos outros pratos do «mênu». Em Portugal teimam em servir os hospedes, fugindo logo com as travessas da comida o que causa sempre um mau efeito a quem não está habituado a um tal sistema.

A falta de assistência e prontidão em acudir ás chamadas dos quartos, a falta de água quente nas canalizações, a insuficiente limpeza das casas de banho e W. C. são causas de reparo que nos colocam em condições de inferioridade em relação aos outros países de turismo mais conhecidos.

Não se pode dizer que não se tenha progredido bastante, sob o ponto de vista de conforto e hygiene dos hotéis dos principais centros de turismo do nosso País, mas há ainda muito que fazer sob o ponto de vista de pequenos pormenores que só podem ser sentidos por quem tenha a experiência da vida nos centros de turismo, regularmente organizados. Portugal tem de ser considerado como um centro de turismo de repouso, não se podendo por enquanto facilitar aos estrangeiros as diversões a que estão habituados nos grandes centros, em Vichy, extrato concentrado de Paris, Ostende, Biarritz, Berlim, Hamburgo, Genebra, etc.. Mas o que precisamos é que este centro de repouso possua condições confortáveis e higiénicas a que se habituaram os indivíduos dos centros civilizados.

Os meios de propaganda turística

A feliz concepção das Casas de Portugal criadas no estrangeiro fez com que dispuzéssemos hoje de três centros importantes de propaganda turística a acrescentar aos esforços apreciáveis desenvolvidos pelos nossos consulados, que bastante contribuem para tornar o nosso País conhecido lá por fora.

Mas é certo que os meios de propaganda fornecidos aos nossos representantes, que se interessam pela divulgação das belezas de Portugal, são deficientíssimos, comparados com o que vemos pôr em prática nas casas que representam os outros países e nos diversos sindicatos de iniciativa espalhados pela Europa e pelo Norte de Africa.

Há uma noção errada de economia, quando é certo que nos meios de propaganda a pôr actualmente em prática só se pode lutar com armas iguais para se poder triunfar.

«Para se colher é preciso semear» e a sementeira é não só muito dispendiosa, mas precisa de ser realizada com muita inteligência e oportunidade.

São não só mesquinhas as fotografias que apresentamos aos estrangeiros, sobre as belezas de Portugal, mas ainda infelizes os cartazes monótonos e sem inspiração artística.

Tantas belezas que possuímos e que podiam ser expostas em extensas ampliações fotográficas, que suplantariam as que os estrangeiros apresentam, ninguém as aproveita, vendo-se apenas modestas reproduções raquíticas, dando-nos a impressão de uma economia mesquinha, que nos traz como consequência não se conhecerem devidamente, lá por fora, as belezas do nosso País.

Ainda se dá mais o caso dos automobilistas sentirem lá por fora a falta de informações sobre itinerários, estado das nossas estradas, centros de turismo a visitar, indicações estas que são solicitadas frequentemente nos nossos consulados e que ali não as possuem para satisfação dos pedidos que lhes são dirigidos.

O Automovel Club de Portugal podia colaborar nesta obra, se lhe fôsem fornecidos recursos á sua bem organizada secção de turismo, que não pode fazer essa despesa com os seus próprios recursos.

O livro sobre o turismo em Marrocos organizado pelo Automovel Club de Casablanca é uma obra modelar, que pode servir de norma para que em Portugal se apresentasse um trabalho análogo, que tanta falta faz para a nossa propaganda turística.

Mas esta obra de divulgação tem de ser realizada simultaneamente com outras medidas indispensáveis, para se proporcionar aos estrangeiros o conforto e higiene, que estão habituados a encontrar nos hotéis, para que não dê o resultado de os fazermos vir a um País onde encontram deficiências dignas de reparo, que se prestem a comentários desfavoráveis, feitos perante quem lhes aconselhou a vinda a Portugal.

Alguem já disse espirituosamente e com razão, que «Portugal é um País para ser visitado em percurso á maneira de foguete».

Há bastante tempo que a Casa do Algarve procura empregar os meios para se fazerem valorizar as belezas naturais da Praia da Rocha, Lagos e Monchique, lugares privilegiados pela Natureza, onde os estrangeiros não encontram alojamentos cómodos e higienicos, em numero suficiente para as exigencias do turismo. Até mesmo para os nacionais, quando visitam a provincia do Algarve, na época em que está transformada num jardim de amendoieiras em flor, não há hotéis que os possam receber.

Eucedia um facto analogo em Nice, por ocasião do Carnaval, quando afluíam á Costa Azul muitos milhares de pessoas, que não encontravam hotéis com alojamentos disponiveis, pelo que tinham de dormir sobre os bancos dos jardins.

Para se remediar esse descrédito procedeu-se á construção rápida de 1.400 edificios, destinados a hotéis, pensões e residências particulares.

Era também preciso aumentar o número de casinos, porque os existentes, assim como os *dancings* da orla do Passeio dos Ingleses, não chegavam para uma população flutuante de 800.000 pessoas. Meteu-se mãos á obra e construiu-se o Casino do Mediterraneo, uma obra monumental que custou 65 milhões de francos.

O dinheiro preciso para esta obra foi facultado pelo Banco de França com uma taxa de juro de 2 por cento, para ser pago em 40 anos, com a garantia do imposto sobre o turismo, que ali rende em média 14 milhões por ano. Os capitais apparecem com facilidade, quando se trata de realizar obras que influam na industria do turismo.

Um ponto importantissimo a tratar neste congresso é o que se refere ao pagamento de imposto de turismo nos casinos. Em parte alguma isso succede senão em Portugal. Assim como, também, esse imposto pago nos hotéis se exige lá fora, apenas num periodo de 21 dias.

O imposto pago nos casinos em Portugal é bastante elevado e provoca contrariedades ás empresas, que vêem afastar a sua clientela para outros países onde o turismo está melhor organizado.

Este ano ouvimos com frequência alguns estrangeiros que estavam veraneando no Estoril, fazer reparos justificados ao pesado encargo que representava o imposto de turismo, quando é certo que em S. Sebastian, em Vichy esse imposto não existe, nos Casinos, apesar de se tratar de países onde os impostos para a assistencia e turismo são elevados.

Em Vichy, afixam todos os anos ás portas dos hotéis um cartaz com

a indicação da verba que rendeu a receita do turismo nos hotéis, no ano anterior e relação dos serviços públicos que foram melhorados com esse imposto.

A maneira como está organizado em Vichy o imposto do turismo e o seu regulamento são verdadeiramente modelares e sobre esse assunto já em tempos oferecemos um pequeno relatório ao nosso Governo.

*

*

*

Portugal possui condições especiais para fazer concorrência na indústria do turismo. E esta afirmação documentamo-la com as impressões que temos colhido lá por fora, onde nos encontramos frequentemente com alguns estrangeiros, que nos proporcionam momentos felizes, de nos dizerem muito bem da nossa terra, pelas impressões recebidas nas suas visitas a Portugal. Ainda este ano ouvimos referências muito agradáveis às belezas do nosso País, feitas por holandeses, ingleses, alemães e brasileiros, que encontrámos em visita às principais regiões de turismo da Europa.

E ainda ultimamente, numa visita que fizemos ao Instituto Pasteur, de Tanger, o conhecido sábio dr. Remelinger, que é alguém no meio científico internacional, nos elogiava a administração do governo português, que criou para Portugal, País que ele visitou e admirava, uma situação privilegiada.

Portugal pode comparar-se a uma pedra preciosa que carece de lapidação. Para que essa obra se realize precisa do concurso de nós todos e que a indústria do turismo seja auxiliada por pessoas que tenham passado para além das nossas fronteiras em convívio com as exigências da vida moderna.

Os homens que nunca viram melhor do que nós possuímos e que supõem ser a última palavra do conforto e da higiene, não sentem as necessidades que tanto chocam os estrangeiros, que vão apresentar os seus comentários a quem lhes recomendou a vinda ao nosso País.

O Congresso de Turismo corresponde a uma valiosa fonte de riqueza nacional, para se tentar a valorização duma das mais importantes indústrias nascentes em todos os países; é por isso que achamos dignos do maior louvôr todos os que contribuíram para esta feliz iniciativa, que não pode deixar de ser coroada dum êxito feliz.

Tôdas as pessoas cultas, embora não tenham tido ensejo de apreciar de perto uma boa organização de turismo, como é a da Alemanha e da Itália, não devem deixar de empregar todos os meios para que sejam postas em prática as medidas que traduzirem os votos dêste Congresso.

Entre as medidas propostas, achamos conveniente adicionar as seguintes como síntese das nossas considerações:

a) Conseguir condições de conforto, de higiene e de educação do pessoal que trabalha nos hotéis portugueses;

b) Desenvolver os meios de propaganda, nas Casas de Portugal e nos consulados, proporcionando-lhes os recursos de que carecem e que possam competir com os que vemos nas várias estações de propaganda dos países estrangeiros, nos seus sindicatos de iniciativa, etc..

c) Lembrar aos governos a conveniência de se facultarem empréstimos às empresas que desejem construir ou aperfeiçoar hotéis nas regiões de turismo, visto que estes são os meios indispensáveis para o desenvolvimento da indústria do turismo.

d) Acabar com o imposto de turismo nos casinos, no que respeita a despesas de consumo e fazer uma regulamentação mais cuidada sobre imposto de turismo, com a fiscalização posta em prática e outras medidas, a que podem servir como norma a regulamentação adoptada em Vichy.

e) Conjuntamente com os hotéis é indispensável construir obras em campos desportivos, indispensáveis para atrair os estrangeiros que não dispensam os exercícios desportivos na sua vida habitual.

20 de Novembro, de 1935.

João António Correia dos Santos

SOCIEDADE NACIONAL DE TIPOGRAFIA
Rua do Século, 59—LISBOA

