

## Os Guias Turísticos como espelho da convergência econômica de Portugal

### Guidebooks as a mirror of Portugal's economic convergence

### Los Guías de Viaje como espejo de la convergencia económica de Portugal

Vítor Sá<sup>1</sup>

Instituto Superior de Línguas e Administração de Gaia (ISLA Gaia) - Portugal  
vitor\_alsa@hotmail.com

Recebido: 27/08/2021 | Aceito: 01/11/2021

**Resumo:** A presente investigação propõe-se estudar a forma como o desenvolvimento econômico e civilizacional de Portugal era apresentado nos guias turísticos das últimas décadas do século XX, com recurso à componente textual e imagética. Foi desenvolvido uma análise de conteúdo aos textos e imagens de 31 guias portugueses e estrangeiros, confrontado o discurso, procurando pontos em comum e incongruências. A investigação permitiu-nos concluir que Portugal era apresentado durante as décadas de 1980 e 1990 como um país em convergência com a restante Europa ocidental, no entanto, persistem sinais de ruralidade e de subdesenvolvimento. As imagens vêm corroborar parcialmente o discurso dos textos. Das 811 imagens analisadas, 42% ilustrando um país rural, o último reduto da ruralidade na Europa.

**Palavras-chave:** Guias turísticos. Portugal. Desenvolvimento econômico.

**Abstract:** This research aims to study the way how the economic and civilizational development of Portugal was presented on the 1980's and 1990's guidebooks, using textual and imagery components. A content analysis of the texts and pictures of 31 Portuguese and foreign guidebooks was developed, confronting the discourse, looking for commonalities and inconsistencies. The research allowed us to conclude that Portugal was presented during the 1980s and 1990s as a country in convergence with the Western Europe, however, signs of rurality and underdevelopment persists. The pictures partially corroborate the discourse of the texts. Of the 811 pictures analyzed, 42% illustrate a rural country, the last stronghold of the rurality in Europe.

**Keywords:** Guidebooks. Portugal. Economic development

**Resumen:** La presente investigación propone estudiar cómo se presentó el desarrollo económico y civilizacional de Portugal en las guías turísticas de las últimas décadas del siglo XX, utilizando el componente textuales y imágenes. Se desarrolló un análisis de contenido del texto y las imágenes de 31 guías portuguesas y extranjeras, confrontando el discurso, buscando puntos comunes e inconsistencias. La investigación permitió concluir que Portugal se presentó durante las décadas de 1980 y 1990 como un país en convergencia con el resto de Europa Occidental, sin embargo, persisten signos de ruralidad y subdesarrollo. Las imágenes corroboran parcialmente el discurso de los textos. De las 811 imágenes analizadas, el 42% ilustran un país rural, último reducto de la ruralidad en Europa.

**Palabras clave:** Guías de viaje. Portugal. Desarrollo económico.

<sup>1</sup> Licenciado em Ciência da Comunicação (2010) e Mestre em Turismo, Património e Desenvolvimento (2012) pelo Instituto Superior da Maia (ISMAI), doutorou-se em Turismo pela Universidade de Aveiro (2021). No âmbito académico foi docente no Instituto Universitário da Maia (ISMAI) e no Instituto Politécnico da Maia (IPMAIA) entre 2012 e 2019, na Escola Superior de Hotelaria e Turismo (ESHT) do Instituto Politécnico do Porto (IPP) no ano letivo de 2018/2019. Foi docente e diretor de curso no ensino profissional entre 2018 e 2021 na Escola de Formação Profissional de Aveiro (EFTA) entre 2018 e 2021 e, atualmente, é Professor Adjunto no Instituto Superior de Línguas e Administração de Gaia (ISLA Gaia).

## **Introdução**

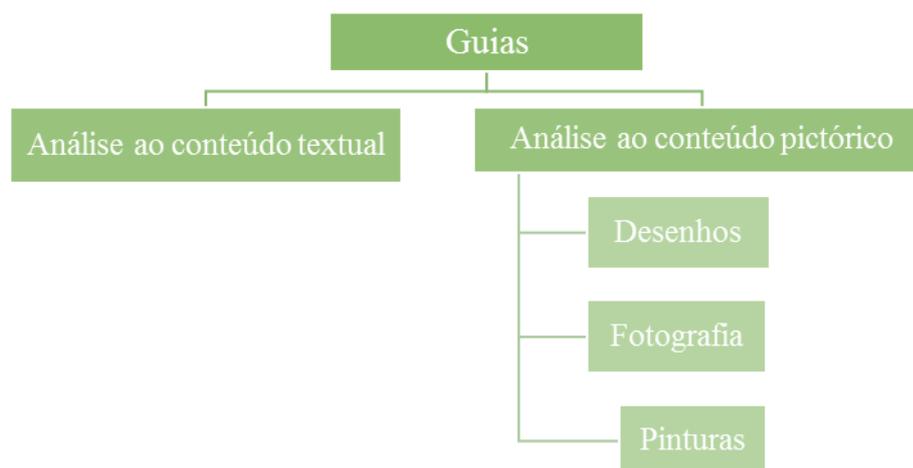
Os guias turísticos são uma das formas seminais da informação turística moderna, espelhando o modo como os destinos foram evoluindo ao longo do tempo, a forma como estes eram apresentados aos turistas, mas igualmente a evolução da indústria do turismo. Neste sentido, dentro dos canais de comunicação impessoais (massa) (SCHIFFMAN; KANUK, 1991) e enquadrando-se em duas das cinco fontes de informação para turistas (media e literatura sobre destinos) (GITELSON; CROMPTON, 1983), os guias são reconhecidos como uma valiosa fonte secundária para a investigação, uma vez que fornecem uma visão sobre os valores e desejos das entidades promotoras (JOKELA; RAENTO, 2012; VALERÓN; REGUERA, 2018), podendo ser abordados de diferentes perspectivas e com diferentes finalidades. Ainda que esta obras sejam apelidadas como “agentes de cegueira” (BARTHES, 2009, p. 87), os guias permitem conhecer a indústria do turismo na época em que o mesmo se insere, o turista e as respetivas práticas.

Ao serem meios privilegiados para o estudo das dinâmicas dos destinos, permitem uma visão sobre a forma como estes eram analisados, avaliados e recomendados pelos autores. Esta análise pode ser desenvolvida com recurso aos textos, bem como às imagens presentes nas obras. Assim, a investigação pretende expor a forma como Portugal era narrado nas últimas décadas do século XX, a sua evolução e eventuais incongruências entre o discurso textual e imagético.

## **Metodologia**

Na presente investigação procedeu-se ao tratamento e interpretação de duas fontes secundárias: os textos e as imagens que compõem os guias, tal como refletido na imagem 1. Apesar da produção de uma fonte secundária estar fora do controlo do investigador, no caso do turismo, estes materiais estão presentes na rotina dos turistas, refletindo a forma como as entidades criadoras veem e promovem o destino. É também reconhecido que esses materiais refletem os valores e a ideologia dos seus produtores e consumidores, moldando a forma como estes se comportam nos destinos (JOKELA; RAENTO, 2012).

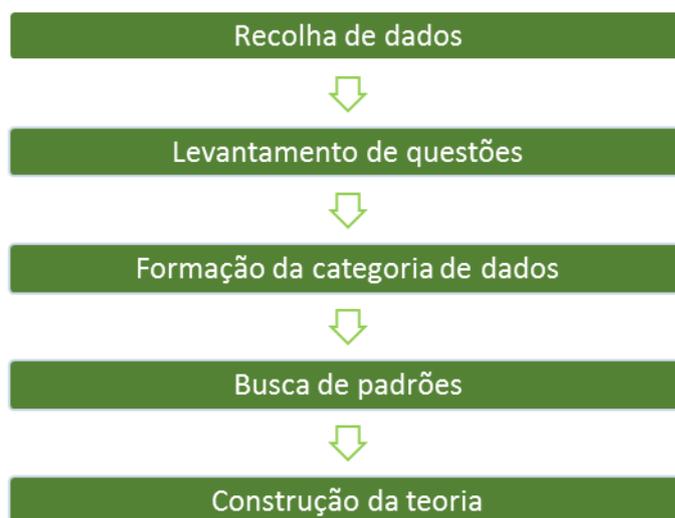
Imagem 1- Elementos em análise



Fonte: adaptado de Rodrigues, 2017

Foram localizados e consultados 57 guias do século XX, de autoria estrangeira e portuguesa. Para esta investigação, recorreu-se à análise de conteúdo/discurso (LUNE; BERG, 2017), método esse que corresponde à natureza do fenómeno a ser estudado e por esta ser uma técnica recorrentemente utilizada na investigação das diferentes formas da condição e da comunicação humana, verificando-se nos últimos anos um crescimento no número de investigações que recorrem à análise de conteúdo (NEUENDORF, 2002), nomeadamente no que diz respeito ao turismo (BENGTSSON, 2016; CAMPRUBÍ; COROMINA, 2016). Após a seleção dos guias a estudar, foi efetuado um resumo da estrutura de cada um, de forma a sistematizar a informação e facilitar a compreensão dos mesmos. Esta análise inicial permitiu-nos perceber as semelhanças e diferenças entre guias, editores, autores e períodos de produção.

Imagem 2 - Desenvolvimento de uma investigação qualitativa



Fonte: adap. de: Coutinho, 2011

Por fim, e numa análise mais profunda, os textos dos guias foram dissecados em busca sobretudo da adjetivação que permitia qualificar o destino e transmitir uma imagem do mesmo, numa busca por padrões que nos permitissem construir uma teoria final (imagem 2) com base na componente textual (COUTINHO, 2011) .

Já no que diz respeito às imagens, interessa conhecer as mensagens transmitidas pelas gravuras e fotografias presentes nos guias, já que estas são omnipresentes na sociedade e, por isso, um exame à representação visual pode ser potencialmente incluído em todos os estudos da sociedade (BANKS, 2009). A presente investigação recorre a imagens pré-existentes, que foram produzidas para outros efeitos, enquadrando-se na tipologia de *found visuals*. Esta tipologia de imagem apresenta vários desafios, nomeadamente no que diz respeito ao contexto em que a imagem fora produzida (PAUWELS, 2015). Pretende-se assim desenvolver uma análise de conteúdo às imagens presentes nos guias, seguindo o enquadramento para a pesquisa visual proposta por Pauwels (2011, p. 5), em busca de “aceções latentes” (ROSE, 2001, p. 138) nas gravuras que ilustram os guias. Desta forma, e seguindo o método defendido por Rose (2016), a análise às imagens dividiu-se nos seguintes passos: i) a localização das imagens, isto é, os found ii) a divisão em categorias para codificação, iii) a codificação e a iv) análise de resultados. Feito o levantamento, foi iniciado o processo de interpretação. Para evitar um enviesamento e para proporcionar um olhar neutro no estudo das figuras à semelhança da investigação desenvolvida por Rodrigues et al (2015), a análise desenvolve-se de acordo com o primeiro e segundo níveis de Panofsky (1989), identificando apenas os elementos visíveis no quadro 1.

Quadro 1 - Três tipos de interpretação visual segundo Panofsky

	<b>Objeto de interpretação</b>	<b>Ato de interpretação</b>	<b>Equipamento para a interpretação</b>
I	Primário ou Natural	Pré-iconográfico	Experiência prática (familiaridade com os objeto e eventos)
II	Secundário ou Convencional	Iconográfico	Conhecimento de fontes literárias (familiaridade com temas e conceitos específicos)
III	Intrínseco ou Simbólico	Iconológico	Intuição sintética (familiaridade com as tendências essenciais do espírito humano)

Fonte: Panofsky (1989, p. 38)

Por fim, e seguindo a lógica seguida por Rodrigues (2018) e do método de codificação provisória, numa primeira fase foram localizados os “motivos” que compõem a imagem, isolando-os, registando-os e descrevendo-os de forma livre, sem qualquer constrangimento e obedecendo a alguns princípios da iconografia. Este primeiro passo coincide com o primeiro ciclo de codificação defendido por Saldaña (2009). Posteriormente, os “motivos” serão organizados e filtrados, para que lhes possa ser atribuído um tema/categoria, obtendo-se uma classificação do material pictórico

Esta análise permite corroborar ou contrariar a análise dos textos das obras selecionadas e, como é intenção da presente investigação, perceber qual a evolução da imagem do destino Portugal segundo as representações pictóricas presentes nos guias. Considera-se esta abordagem pertinente, uma vez que a imagem de um destino é reconhecida como um elemento fundamental no momento em que um indivíduo planeia uma viagem (MARINE-ROIG; FERRER-ROSELL, 2018).

### **Guias Turísticos: conceito e origens**

Os guias turísticos apresentam-se como testemunhos fundamentais das transformações sofridas pelos destinos ao longo dos tempos, bem como para compreensão da evolução do turismo, dos fluxos turísticos e do turista.

Assim, de acordo com a literatura, não há uma definição clara de guia turístico (Hobson, 2015; Mazor-Tregerman, Mansfeld, e Elyada, 2015; Peel & Sorensen, 2016; Tower, 2000). Todavia, o surgimento dos proto-guias turísticos, e de acordo com Cohen (1985), encontrar-se-á entre os séculos XVII e XVIII, com a origem do turismo moderno e o abandono do Grand Tour. Durante o Grand Tour, os turistas também possuíam um “manual” de seis volumes com cinco quilos de peso, que era mais útil antes da viagem do que durante (ZUELOW, 2016). Certo é que, com o surgimento do Grand Tour e a “invenção do turismo” (BOYER, 1996) moderno,

aumentou a procura por obras que fornecessem informações práticas sobre o destino, permitindo ao turista planificar a viagem e evitar contratemplos (POBES, 2019). Recuando ainda mais no tempo, é possível encontrar aquele que, para alguns autores, é considerado o primeiro guia para turistas. Este é atribuído a Pausanias, por volta do ano de 150, para ajudar os Romanos, assim como os Gregos prósperos de Lydia, a desfrutarem do património da Grécia Antiga (BRUCE, 2010; PARSONS, 2007; ZUELOW, 2016). Esta obra, apesar de desprovida de conselhos práticos, “revelava já a ambivalência típica dos guias” (CORDEIRO, 2010, p. 95), ao fornecer informações sobre a cultura e a arte helénicas, não descurando, no entanto, a preocupação de tornar agradável a leitura.

O conceito e as origens dos guias não são temas pacíficos entre os autores, sendo certo que os chamados “guias modernos”, surgiram por impulso dos caminhos-de-ferro e da técnica tipográfica. No século XIX, Karl Baedeker (1801-1859), é apontado como o responsável pela produção do primeiro guia da era moderna, com autores a indicarem como ano da primeira edição 1832 (HINRICHSEN, 2008) e outros 1835 (BRUCE, 2010), criando assim um guia para a classe média da Europa do Norte e tornando, na viragem para o século XX, o termo *Baedeker* sinónimo de guia (BRUCE, 2010), já que este padronizou desde as capas à organização interior (BUZARD, 1993) aquilo que, no futuro, serviria de padrão para este tipo de obras. Porém, alguns autores consideram que Baedeker pode não ter sido o verdadeiro criador dos guias modernos, mas quem popularizou este tipo de publicação (BRUCE, 2010) e que, aliás, se terá inspirado em John Murray III (1808-1892) para o primeiro guia. Murray, reconhecido como principal concorrente de Baedeker e o mais notável editor de guias britânico (MACKENZIE, 2005), publica em 1836 a obra “A Handbook for Travellers on the Continent” (BRUCE, 2010; CORDEIRO, 2010; GOODWIN; JOHNSTON, 2012; MENDELSON, 1985; SCHAFF, 2009; WITHEY, 1998) que já circulava entre os amigos desde 1829, incluindo a Holanda, a Bélgica e o norte da Alemanha (VAUGHAN, 1974) e que vendeu 10 000 cópias em cinco anos. Murray e Baedeker são considerados, a par de Thomas Cook, os pais do turismo moderno, trazendo conforto e segurança aos viajantes (GILBERT, 1999).

### **A realidade portuguesa**

No caso português, as primeiras iniciativas estão precisamente ligadas aos caminhos de ferro com obras como o “Guia oficial dos Caminhos de Ferro de Portugal” (1882) e a “Gazeta dos Caminhos de Ferro de Portugal e Hespanha” (1888), que visavam promover as viagens de lazer e turismo (MATOS, 2014; MATOS; BERNARDO, 2013; MATOS; SANTOS, 2004; MATOS; SANTOS; BERNARDO, 2008). Todavia, existem guias sobre Portugal anteriores aos

caminhos de ferro, ainda que as tiragens e o preço os tornassem pouco acessíveis (MATOS; SANTOS, 2004; MATOS; SANTOS; BERNARDO, 2008). Nesse sentido, uma das primeiras obras sobre Portugal poderá ter sido, muito provavelmente, o “Handbook for travellers in Portugal” (1855), redigido pelo Pastor Anglicano John Neale (LISTER, 1993; PARSONS, 2007; VAUGHAN, 1974) e que “se tornou de imediato” (SOUSA, 1994, p. 39) numa obra de referência para todos os britânicos que visitaram o país depois da sua edição. Castanheira (1996, p. 102) considera ainda “Mappa de Portugal (1745-1758)” de João Baptista de Castro um guia de viagens, todavia, à luz dos critérios usados no presente estudo, este apenas poderá ser considerado um proto-guia, fornecendo algumas indicações e com o autor, na segunda edição da obra, a admitir que pretendia “não só instruir os Nacionais [...], mas especialmente para informar com individuação sincera os estrangeiros do estado verdadeiro do nosso País” (CASTRO, 1762, p. ii).

Mais tarde, será o automóvel a dar um novo impulso à publicação de guias, libertando os turistas das limitações associadas aos caminhos de ferro, com a primeira década do século XX a ficar marcada pela edição de vários guias direcionados ao automobilista. Neste contexto, surgem guias patrocinados ou editados por empresas relacionadas com o automóvel, com o primeiro guia Michelin sobre Portugal a surgir em 1910 “como forma de lembrar aos turistas com carros dos pneus Michelin” (ZUELOW, 2016, p. 124), assim como, da autoria de Eurico de Oliveira, a série “Roteiros de Portugal” publicada a partir de 1956, com especial enfoque no automobilismo, visível também nas empresas que apoiaram a sua edição.

### **O desenvolvimento civilizacional e econômico de Portugal segundo os autores estrangeiros**

Ao longo do século XX, Portugal vai ganhando um cada vez maior protagonismo no que diz respeito à produção de guias dedicados ao país, sobretudo no que diz respeito às grandes editoras internacionais. O discurso sobre o país vai sofrendo igualmente uma alteração, sendo esta especialmente intensa e rápida nas últimas décadas do século XX (quadro 1). Se no século XIX o país era descrito, com raras exceções, como desinteressante, insalubre, atrasado, nas primeiras décadas do século seguinte o cenário não irá mudar significativamente.

Porém, a entrada num regime democrático e na Comunidade Económica Europeia (CEE) irão abrir as portas do país às massas e a uma visão diferente por parte dos autores. Portugal era, assim, “moderno e, ao mesmo tempo, um local onde a forma tradicional de vida ainda persistia” (DENNIS-JONES, 1981, p. 29), onde de “mulheres cobertas de negro à borda da água a aguardar no escuro e com um olhar ansioso” (PORTER, 1994, p. viii) os maridos

pescadores, considerando até que o “preto seria provavelmente a cor mais popular para as roupas em Portugal” (PORTER, 1994, p. 17).

Quadro 2 - O desenvolvimento do país de acordo com autores estrangeiros

Década	Percepções sobre o desenvolvimento do país
1980	Hotelaria com padrões de conforto, eficiência e limpeza elevados
	Custos acessíveis
	Rodovia fora dos padrões europeus e com piso tendencialmente fraco
	Roupas ocidentais
	Cozinha saborosa, saudável e surpreendente
	Transportes públicos menos sofisticados em Lisboa do que noutras capitais
1990	Rede ferroviária de grandes dimensões
	Linha Porto-Lisboa lenta, antiquada e com poucos trens
	Trens e ônibus com baixo custo
	Estradas melhoradas
	Peixe ainda transportado por burros
	País em modernização
	Preços menos surpreendentes
	País pouco menos liberal do que Espanha
	Restaurantes de baixo custo
	Transporte arcaico para zonas remotas
	Nível de criminalidade baixo, mas crescente

Fonte: elaborado pelo autor, 2021

Se no início do século os hotéis e hospedarias das pequenas cidades eram primitivos, muitas vezes com condições atroz, nas décadas de 1980 e 1990 os autores já faziam referência padrões de “conforto, eficiência e limpeza” (ROBERTSON, 1988, p. 87) elevados. A evolução não é tão notória no que diz respeito às acessibilidades, já que no final do século vários autores fazem referência à falta de qualidade das redes ferroviária e rodoviária portuguesa que, somadas à imprudência do condutor português, tornavam a condução no país “extremamente arriscada” (MOORE, 1985, p. 45).

Apesar de tudo, os autores relatam muitas das alterações que o país experimentava neste final de século, estando este a “acordar”, recorrendo ao exemplo das mulheres que trabalhavam nos campos do Alentejo com bonés masculinos ou as lojistas do Porto vestidas com jeans, num “uniforme familiar em todo o mundo” (BROOKS; BROOKS, 1985, p. 358). De forma muito semelhante o guia das Forças Armadas Americanas dá a conhecer ao turista que irá encontrar “uma geração mais jovem vestida com jeans e camisolas ao estilo ocidental” (AFIS, 1988, p. 22).

Apesar da referida evolução, existem alguns fatores que se mantêm omnipresentes na narração do país (SÁ, 2021).

1. O país é referido como essencialmente rural, através de imagens das atividades agrícolas, de artesanato e de contextos pitorescos.

If you want to see the Portugal of picture postcards, the Portugal of old, you'll have to hurry. (ANDERSON et al., 1993, p. 7)

2. O país subdesenvolvido através da apresentação como atrasado em relação à restante Europa, ainda que em convergência.

The new «democratized» generation, now integrated with modern Europe, has already done much to bring about a revival of interest and travelers will still find much in this very beautiful and individual country [...]. (ROBERTSON, 1988, p. 5)

3. O país religioso, onde as referências ao património religioso e das festividades religiosas estão omnipresentes nos guias, conduzindo-nos a um país de tradições, congratulam-se com a manutenção de algumas das tradições populares.

The cult of the Virgin is everywhere. Girls are always baptized Maria with, as second name, one of the attributes given to the Mother of God, such as "Mary of the Purification", "Mary of Sorrows", "Mary of the Immaculate Conception", which sound strange to northern ears, but this is an outward manifestation of a deep inner feeling. (MOORE, 1985, p. 49)

4. O país em modernização e convergência, sobretudo nos guias posteriores à adesão à CEE, com estes a darem conta de um país em modernização e em convergência com os restantes membros, um país onde o desenvolvimento torna urgente a visita para vivenciar a ruralidade e as tradições.

Despite the official reversal of many traditional attitudes towards women after the 1974 revolution, Portugal remains, at least on the face of it, a man's world. (WILKINSON; KING, 1999, p. 86)

Portugal é assim apresentado como um país em convergência com a restante Europa ocidental durante a segunda metade do século XX, mas sobretudo nas duas últimas décadas (Quadro 1), sem perder o carácter pitoresco e rural que lhe estavam associados. Este desenvolvimento experimentado pelo país não foi, no entanto, responsável por uma descaracterização profunda, mantendo-se visíveis as características pitorescas e tradicionais. Todavia, e fruto do referido desenvolvimento, alguns autores alertam para a importância e urgência de uma visita ao país, antevendo diluição das características diferenciadoras do país.

### **O discurso das imagens**

Os dados visuais em análise foram recolhidos nos diferentes guias analisados. Dada a grande profusão de imagens presentes nos guias das últimas décadas do século XX, foram apenas selecionadas as imagens com maior relevo na obra, sendo assim tratadas as imagens que

ocupam uma ou meia página. Este tipo de material é conhecido como *found visuals*, uma vez que não são produzidos pelo investigador, sendo pré-existentes.

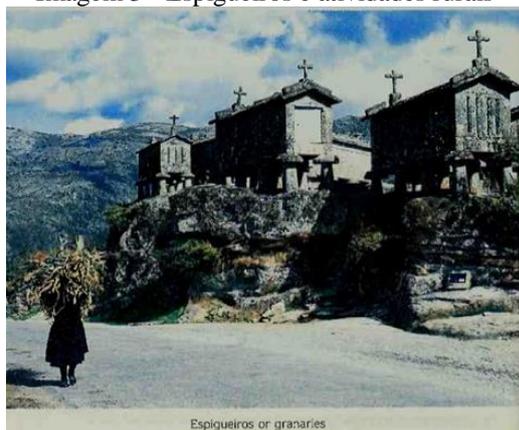
Nesta análise interessa-nos conhecer as mensagens transmitidas pelas gravuras e fotografias presentes nos guias, já que estas são omnipresentes na sociedade e, por isso, um exame à representação visual pode ser potencialmente incluído em todos os estudos da sociedade (BANKS, 2009).

Seguindo a metodologia sugerida por Rose (2016), a análise de conteúdo às imagens seguiu a seguinte lógica: i) a localização das imagens, isto é, os *found visuals*, ii) a divisão em categorias para codificação, iii) a codificação e a iv) análise de resultados.

A análise de resultados permitiu-nos concluir que, apesar do discurso das últimas décadas do século XX espelhar uma convergência económica e um maior nível de desenvolvimento civilizacional, a ruralidade e o subdesenvolvimento continuam presentes com relativa abundância nas ilustrações dos guias deste período.

Desta forma verifica-se uma corroboração parcial da narrativa textual por parte do discurso presente nas imagens, confirmando que Portugal seria, no final do século XX, o último reduto da ruralidade da Europa Ocidental.

Imagem 3- Espigueiros e atividades rurais



Fonte: Michelin, 1998

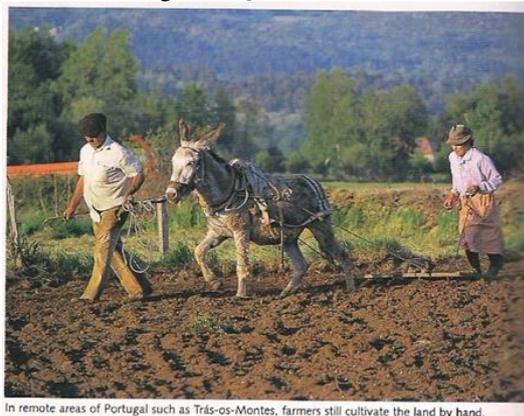
Imagem 4 -Atividade agrícola



Fonte: Jepson, 1998

Das 811 imagens analisadas das décadas de 1980 e 1990, 150 na primeira e 661 na segunda, fica bem patente o peso da ruralidade, uma vez que 99 destas representam um contexto rural e 137 um contexto urbano. Assim, das 811 imagens, 236 representam um contexto rural ou urbano, sendo que destas 42% são representações rurais e 58% urbanas. Nestas imagens é frequente surgirem representações de animais de quinta, trajas e gastronomia regional, campinos e do quotidiano rural, à semelhança das imagens de 3 a 6.

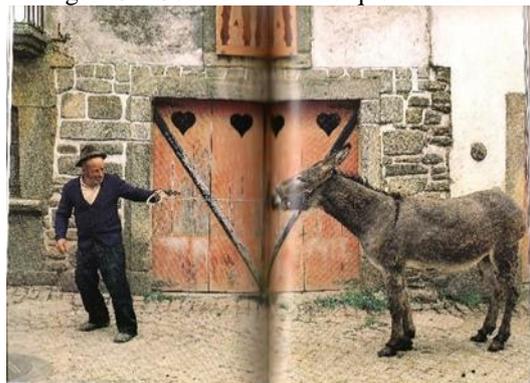
Imagem 6 Quotidiano rural



In remote areas of Portugal such as Trás-os-Montes, farmers still cultivate the land by hand.

Fonte: Wilkinson & King, 1999

Imagem 5 - Uso do animal no quotidiano rural



Fonte: Hill, et al., 1993

Estes valores espelham a importância que a ruralidade e o subdesenvolvimento ainda possuíam na representação do país ao turista português ou, sobretudo, estrangeiro. Revela igualmente uma lenta transformação na imagem presente no imaginário (DEVILLA, 2017; GARROD; KOSOWSKA, 2012; LITT, 2012; NISHIMURA; WARYSZAK; KING, 2006; PÉREZ, 2012) do potencial turista e leitor destes guias, mas sobretudo dos autores.

### Considerações finais

A análise dos guias permite-nos aceder a um manancial de informação rico e de diferentes origens e perspectivas. Neste sentido é possível avaliar o desenvolvimento de um destino com base nestas obras, uma vez que são o reflexo da forma como o destino era visto, avaliado e descrito na época da sua produção. Este estudo permitiu-nos concluir que o destino Portugal foi sofrendo uma mutação gradual nas últimas décadas do século XX. Apesar dos progressos económicos e civilizacionais, o carácter rural e pitoresco manteve-se como atração para o turista, tornando urgente a sua visita, dadas as alterações operadas no país.

Esta realidade é espelhada pelo discurso presente nos textos, mas também nas imagens, onde frequentemente existem referências ao que Anderson (1993) e Dixon (1984) apelidam por charme rural do país e à forma como o estilo de vida tradicional se estava a transformar rapidamente.

No período em análise, Portugal, é acima de tudo retratado como num país multifacetado e paradoxal nas realidades sociais apresentadas aos turistas, todavia sendo “um dos segredos mais bem guardados da Europa” (HILL et al., 1993, p. 307).

### Referências

AFIS (ED.). **A Pocket guide to Portugal and the Portugese Azores**. Washington.

ANDERSON, Jean; DE LA CAL, Thomas; FREEMAN, Jean Todd; HOWE, Marvine; KAPLAN, Marion; LIPPMANN, Ingeborg. **Portugal**. Nova Iorque: Berlitz Publishing Company, 1993.

BANKS, Marcus. **Dados Visuais Para Pesquisa Qualitativa** - Coleção Pesquisa Qualitativa. [s.l.] : Bookman, 2009.

BARTHES, Roland. **Mythologies**. London: Vintage Classics, 2009.

BENGTSSON, Mariette. How to plan and perform a qualitative study using content analysis. **NursingPlus Open**, [S. l.], v. 2, n. 1, p. 8–14, 2016. Disponível em: <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S2352900816000029>.

BOYER, Marc. **L'invention du tourisme**. [s.l.] : Gallimard, 1996.

BROOKS, Lester; BROOKS, Patricia. **Spain and Portugal 1985**. Nova Iorque: Fisher Travel Guides, Inc., 1985.

BRUCE, David M. Baedeker : the perceived inventor of the formal guide book , a “ bible ” for travellers in the 19th Century. *Em*: BUTLER, Richard (ed.). **Giants of Tourism**. [s.l: s.n.]. p. 93–110.

BUZARD, James. Introduction. *Em*: **The Beaten Track: European Tourism, Literature, and the Ways to «Culture», 1800-1918**. [s.l.] : Oxford University Press, 1993.

CAMPRUBÍ, Raquel; COROMINA, Lluís. Content analysis in tourism research. **Tourism Management Perspectives**, [S. l.], v. 18, p. 134–140, 2016. Disponível em: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&site=eds-live&db=edselp&AN=S2211973616300150>.

CASTANHEIRA, Maria Zulmira. Robert Southey, o primeiro lusófilo inglês. **Revista de estudos Anglo-Portugueses**, [S. l.], n. 5, 1996.

CASTRO, João Baptista. **Mappa de Portugal Antigo e Moderno**. 2.<sup>a</sup> ed. Lisboa.

COHEN, Erik. The tourist guide. The origins, structure and dynamics of a role. **Annals of Tourism Research**, [S. l.], v. 12, n. 1, p. 5–29, 1985.

CORDEIRO, Maria João. **Portugal na literatura turística: Olhares Alemães: Guias de viagem e artigos de imprensa (1980-2006)**. Lisboa: Colibri, 2010.

COUTINHO, Clara Maria. **Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas: teoria e prática**. 2. ed. [s.l.] : Almedina, 2011.

DENNIS-JONES, Harold. **Lettsguide Portugal**. 5.<sup>a</sup> ed. Londres: Charles Letts, 1981.

DEVILLA, Lorenzo. Une île «à l'écart du temps»: images du patrimoine sarde dans les guides touristiques français. *Em*: RAUS, Rachele; CAPPELLI, Gloria; FLINZ, Carolina (eds.). **Le guide touristique: lieu de rencontre entre lexique et images du patrimoine**

**culturel Vol. II.** Firenze: Firenze University Press, 2017.

DIXON, R. A. N. **Welcome to Portugal.** [s.l.] : William Collins Sons and Company Limited, 1984.

GARROD, Brian; KOSOWSKA, Aleksandra. Destination Image Consistency and Dissonance: A Content Analysis of Goa's Destination Image in Brochures and Guidebooks. **Tourism Analysis**, [S. l.], v. 17, n. 2, 2012.

GILBERT, David. London in all its glory or how to enjoy London: guidebook representations of imperial London. **Journal of Historical Geography**, [S. l.], v. 25, n. 3, p. 279–297, 1999. Disponível em: <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0305748899901160>. Acesso em: 14 out. 2016.

GITELSON, Richard J.; CROMPTON, John L. The Planning Horizons and Sources of Information Used by Pleasure Vacationers. **Journal of Travel Research**, [S. l.], v. 21, n. 2, 1983.

GOODWIN, Gráinne; JOHNSTON, Gordon. Guidebook publishing in the nineteenth century: John Murray's Handbooks for Travellers. **Studies in Travel Writing**, [S. l.], v. 17, n. December, p. 1–19, 2012. Disponível em: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13645145.2012.747791>. Acesso em: 14 out. 2016.

HILL, Alison Friesinger et al. **Insight Guides: Portugal.** Londres: APA Publications, 1993.

HINRICHSEN, Alex W. Baedeker's Travel Guides. *Em*: **Baedeker's Reisehandbücher: 1832-1990.** [s.l: s.n.].

HOBSON, Suzanne. «Looking all lost towards a Cook's guide for beauty»: The art of literature and the lessons of the guidebook in modernist writing. **Studies in Travel Writing**, [S. l.], v. 19, n. 1, p. 30–47, 2015. Disponível em: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13645145.2014.994924>. Acesso em: 15 out. 2016.

JOKELA, Salla Emilia; RAENTO, Pauliina. Collecting visual materials from secondary sources. *Em*: RAKIĆ, Tijana; CHAMBERS, Donna (eds.). **An introduction to Visual Research Methods in Tourism.** Londres: Routledge, 2012. p. 53–69.

LISTER, W. B. C. **Murray's Handbooks for Travellers.** [s.l.] : University Publications of America, 1993. Disponível em: [http://cisupa.proquest.com/ksc\\_assets/catalog/3520.pdf](http://cisupa.proquest.com/ksc_assets/catalog/3520.pdf).

LITT, Eden. Knock, Knock. Who's There? The Imagined Audience. **Journal of Broadcasting and Electronic Media**, [S. l.], v. 56, n. 3, p. 330–345, 2012.

LUNE, Howard; BERG, Bruce L. **Qualitative research methods for the social sciences.** 9. ed. [s.l.] : Pearson Education Limited, 2017. Disponível em: <http://www.academia.edu/download/25341796/sc21007.pdf>.

MACKENZIE, John M. Empires of Travel: British Guide Books and Cultural Imperialism in

the 19th and 20th Centuries. *Em: Histories of Tourism: Representation, Identity and Conflict*. [s.l.: s.n.].

MARINE-ROIG, Estela; FERRER-ROSELL, Berta. Measuring the gap between projected and perceived destination images of Catalonia using compositional analysis. *Tourism Management*, [S. l.], v. 68, p. 236–249, 2018.

MATOS, Ana Cardoso De. Turismo, Guias e roteiros. *Em: Dicionário de História da I República e do Republicanismo*. Lisboa: Assembleia da República/IHC-UNL, 2014.

MATOS, Ana Cardoso De; BERNARDO, Maria Ana. Os guias de viagem e a valorização do Alentejo como espaço de turismo, lazer e cultura (1880-1930). *Em: IX CONGRESSO DE GEOGRAFIA PORTUGUESA 2013, Anais [...]*. [s.l.: s.n.] p. 188–193. Disponível em: [https://dspace.uevora.pt/rdpc/bitstream/10174/9683/1/congresso de Geografia.pdf](https://dspace.uevora.pt/rdpc/bitstream/10174/9683/1/congresso%20de%20Geografia.pdf). Acesso em: 14 jun. 2017.

MATOS, Ana Cardoso De; SANTOS, Maria Luísa. Os Guias de Turismo e a Emergência do Turismo Comporâneo em Portugal (dos finais do século XIX às primeiras décadas do século XX). *Scripta Nova - Revista Electónica de Geografía y Ciencias Sociales*, [S. l.], v. VIII, n. 167, 2004. Disponível em: <http://rdpc.uevora.pt/handle/10174/2408#>. Acesso em: 14 out. 2016.

MATOS, Ana Cardoso De; SANTOS, Maria Luísa; BERNARDO, Maria Ana. Tourism Guidebooks and the Emergence of Contemporary Tourism in Portugal. *Em: Touring the past: uses of history in tourism*. [s.l.] : The Finnish University Network for Tourism Studies (FUNTS) / Matkailualan verkostoyliopisto (MAVY), 2008. p. 94–105. Disponível em: <http://dspace.uevora.pt/rdpc/handle/10174/8961>. Acesso em: 14 out. 2016.

MAZOR-TREGERMAN, Maya; MANSFELD, Yoel; ELYADA, Ouzi. Travel guidebooks and the construction of tourist identity. *Journal of Tourism and Cultural Change*, [S. l.], v. 15, n. 1, p. 80–98, 2017. Disponível em: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14766825.2015.1117094>. Acesso em: 14 out. 2016.

MENDELSON, Edward. Baedeker's Universe. *Yale Review*, [S. l.], v. 74, p. 386–403, 1985.

MOORE, Richard (ED.). *Fodor's Portugal 1986*. [s.l.] : Fodor's Travel Guides, 1985.

NEUENDORF, Kimberly A. *The content analysis guidebook*. California: SAGE Publications, 2002.

NISHIMURA, Sachiko; WARYSZAK, Robert; KING, Brian. Guidebook use by Japanese tourists: a qualitative study of Australia inbound travellers. *International Journal of Tourism Research*, [S. l.], v. 8, n. 1, p. 13–26, 2006. Disponível em: <http://doi.wiley.com/10.1002/jtr.544>. Acesso em: 23 dez. 2016.

PANOFSKY, Erwin. *O Significado das Artes Visuais*. Lisboa: Presença, 1989. Disponível em: [panofsky\\_erwin.\\_significado\\_nas\\_artes\\_visuais.\\_so\\_paulo\\_perspectiva\\_1976.\\_p.47-87\\_re-1.pdf](http://panofsky_erwin._significado_nas_artes_visuais._so_paulo_perspectiva_1976._p.47-87_re-1.pdf).

PARSONS, Nicholas T. **Worth the Detour: A History of the Guidebook**. Gloucestershire: Sutton Publishing, 2007.

PAUWELS, Luc. An Integrated Conceptual Framework for Visual Social Research. *Em*: MARGOLIS, Eric; PAUWELS, Luc (eds.). **The SAGE Handbook Visual Research Methods**. Londres: SAGE Publications, 2011. Disponível em: <http://methods.sagepub.com/book/sage-hdbk-visual-research-methods>.

PAUWELS, Luc. **Reframing Visual Social Science**. Cambridge: Cambridge University Press, 2015. Disponível em: <http://ebooks.cambridge.org/ref/id/CBO9781139017633>.

PEEL, Victoria; SORENSEN, Anders. **Exploring the Use and Impact of Travel Guidebooks**. [s.l.] : Channel View Publications, 2016.

PÉREZ, Xerardo Pereiro. El turismo indígena Guna (Panamá): Imaginarios y regímenes de mentira de las guías turísticas internacionales. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, [S. l.], v. 21, n. August, p. 945–962, 2012.

POBES, Coro Rubio. Los indómitos montañeses del Norte y la Suiza española. Estereotipo vasco y paisaje en las guías de viaje del siglo XIX. **Historia Social**, [S. l.], n. 94, p. 23–46, 2019.

PORTER, Darwin. **Frommer's Portugal '94-'95**. Nova Iorque: Macmillan, 1994.

ROBERTSON, Ian. **Blue Guide: Portugal**. 3<sup>a</sup> ed. Londres: A.& C. Black, 1988.

RODRIGUES, Ana Isabel. **Lake-destination image assessment: the case of the Alqueva lake, Portugal**. 2015. Universidade do Algarve, [S. l.], 2015.

RODRIGUES, Ana Isabel. Insights and perspectives about textual with visual data analysis: The use of photos as an example. *Em*: COSTA, António Pedro; REIS, Luís Paulo; SOUZA, Francislê Neri De; MOREIRA, António (eds.). **Advances in Intelligent Systems and Computing**. [s.l.] : Springer, 2018. v. 621p. 291–305.

ROSE, Gillian. **Visual methodologies: An introduction to the interpretation of visual materials**. Londres: SAGE Publications, 2001.

ROSE, Gillian. **Visual methodologies: An introduction to the interpretation of visual materials**. 4.<sup>a</sup> ed. Londres: SAGE Publications, 2016.

SÁ, Vítor. **Guias de turismo: perspetivas sobre Portugal entre os séculos XIX e XX**. 2021. Universidade de Aveiro, [S. l.], 2021.

SALDAÑA, Johnny. **The Coding Manual for Qualitative Researchers**. [s.l.] : SAGE Publications, 2009.

SCHAFF, Barbara. John Murray's Handbooks to Italy: Making Tourism Literary. *Em*: WATSON, Nicola J. (ed.). **Literary Tourism and Nineteenth century culture**. [s.l.] : Palgrave Macmillan UK, 2009.

SCHIFFMAN, L. G.; KANUK, L. L. **Consumer behavior**. New Jersey: Prentice Hall, 1991.

SOUSA, Maria Zulmira Bandarra De. Portugal: Uma barbárie de pitorescas paisagens (Joseph Oldknow e John Manson Neale, dois ingleses entre nós em meados do século XIX). **Revista de estudos Anglo-Portugueses**, [S. l.], n. 3, 1994.

TOWNER, John. Guidebook. *Em*: **Encyclopedia of Tourism**. London: Routledge, 2000.

VALERÓN, Laura Mier; REGUERA, Jose Maria Rpdriíguez-Vigil. Visions of the principality of Asturias through guidebooks and similar publications, 1880s-1980s. *Em*: RAUS, Rachele; CAPPELLI, Gloria; FLINZ, Carolina (eds.). **Le guide touristique: lieu de rencontre entre lexique et images du patrimoine culturel - Vol. I**. Firenze: Firenze University Press, 2018.

VAUGHAN, John. **The English guidebooks c.1780-1870: An illustrated history**. [s.l.] : David&Charles, 1974.

WILKINSON, Julia; KING, John. **Portugal**. 2.<sup>a</sup> ed. Victoria: Lonely Planet Publications Pty Ltd., 1999.

WITHEY, Lynne. **Grand tours and Cook's tours**. London: Aurum Press Ltd, 1998.

ZUELOW, Eric. **A History of Modern Tourism**. [s.l.] : Palgrave, 2016.