

O Turismo na Imprensa Regional Algarvia

o caso do jornal *O Algarve*

Rita Baleiro | ESGHT

Salomé Vieira | ex-aluna ESGHT



Este artigo resulta do trabalho realizado pela aluna Salomé Vieira orientado pela docente Rita Baleiro na disciplina de Projecto. O artigo é a súmula da primeira parte deste trabalho final de investigação que se propunha analisar a relação entre a imprensa regional, no caso particular do jornal *O Algarve*, e o Turismo Algarvio, durante os anos de 1964 a 1973. O artigo está dividido em duas partes: a primeira dedicada aos artigos de opinião e a segunda às notícias de carácter informativo.

A principal razão subjacente a esta investigação, prende-se com o desejo de estudar, nas suas múltiplas faces, o importante fenómeno económico e social que é o turismo. Assim, optou-se por uma nova forma de ver o fenómeno turístico – através da imprensa regional – abandonando, parcialmente, os recorrentes estudos turísticos muitas vezes direccionados para uma vertente económica.

Na realidade, foi a curiosidade de analisar a relação, que provou ser forte e duradoura, entre o turismo algarvio, como actividade económica de grande valor no desenvolvimento económico nacional e regional, e a imprensa regional algarvia, no caso particular do jornal *O Algarve*, o que motivou esta investigação.ⁱ

Na impossibilidade de estudar, na sua totalidade, o fenómeno turístico na região do Algarve escolheu-se, sob a orientação da teoria de Licínio Cunha (Cunha, 1997), o período compreendido entre 1964 e 1973, que corresponde, de acordo com este investigador, à fase da “Maioridade” do desenvolvimento da actividade turísticaⁱⁱ. É nesta fase que ocorre o *boom* turístico nacional e que domina o desejo de alcançar rapidamente o *optimum* turístico.

Porém, foi durante estes anos que surgiu um crescimento descontrolado, do qual resultaram vários erros, nomeadamente, uma construção excessiva e desordenada de empreendimentos turísticos e a negligência de questões como ordenamento e planeamento do territórioⁱⁱⁱ. Nesta fase, o produto turístico mais procurado foi o sol e praia e, tal como Licínio Cunha afirmou, o turismo passou a significar litoral.

Cabe agora caracterizar o jornal *O Algarve*, o jornal mais antigo da região, fundado em 28 de Março de 1908 por Artur Miranda, José Ferreira Silva e Joaquim Magalhães. Quanto ao seu conteúdo, é um jornal informativo, já que procura informar o leitor dos vários acontecimentos nacionais em geral, e da região algarvia em parti-

cular. Quanto à sua periodicidade é um semanário, sendo de momento publicado às quintas-feiras. Actualmente, as suas edições raramente excedem as trinta páginas (no período em análise o jornal apresentava oito páginas, no máximo). Consequência directa deste limite de espaço (agravado pelo facto de pelos menos quatro páginas serem ocupadas por publicidade) é a redução da área para a inserção das notícias a publicar. Neste contexto, a selecção é inevitável e tem-se, sempre, o cuidado de optar pelas matérias que têm maior receptividade do público. No caso da região do Algarve é, com toda a certeza, o turismo.

Sobre a imprensa convém considerar um dos condicionamentos no processo informativo identificado por Aníbal Alves: «O processo informativo é condicionado pelo processo social, ou seja, a construção da informação tem lugar e ganha sentido no quadro da construção da realidade social pelo qual cada sociedade se estrutura viva e perdura.» (Alves 1997: 229). Assim, antes de qualquer referência mais objectiva sobre a relação turismo e imprensa, é de mencionar que a imprensa regional algarvia, como espelho da sociedade em que se insere, sempre se ocupou de um dos fenómenos sociológicos mais evidentes do Algarve: o turismo.

Ainda no que respeita à imprensa, a apresentação de um facto, durante o processo de recolha e selecção das notícias a colocar no jornal, é já um reflexo da realidade, devendo ser expresso com o máximo de objectividade e não devendo, por essa razão, ser descontextualizado do meio em que ele ocorre. De facto, quando não é considerada a realidade em que o acontecimento se deu, a notícia assume muitas vezes um corpo informativo que não corresponde à realidade. Como refere Aníbal Alves: «[...] é na relação ou enredo social que o discurso informativo ganha o seu sentido pleno. É também nesse quadro que a informação regional e local emerge na sua face mais relevante.» (Alves 1997: 234).

Acima de tudo, a imprensa regional procura definir e informar os acontecimentos que marcam a sociedade, dando-os a conhecer ao público, ao mesmo tempo que procura o reconhecimento de entidades, grupos ou organizações que se destacam no âmbito social. Assim explicou José Bettencourt da Câmara, na sua palestra sobre *Jornalismo Regional*:

Por isso é que privilegiamos a notícia das localidades, das nossas gentes, dos nossos políticos, dos nossos desportistas. Fazemo-lo com a consciência de que assim estamos a cumprir a nossa função, mesmo que, por vezes se tenha de fazer eco do problema de um determinado "buraco na estrada" ou de uma "vereda que está intransi-

tável". Porque são essas as informações que as pessoas precisam, essa atenção que os leitores nos exigem para sermos o seus jornal (Câmara 1997: 361).

Voltando à relação turismo e imprensa regional algarvia, pode-se dizer que representando o primeiro uma actividade económica de extrema importância social, foi um tema que a imprensa regional procurou incluir nas suas edições.

Porém, a relação turismo/imprensa acaba por se mostrar mais complexa do que inicialmente se previa. Ela pode, por exemplo, assumir uma forma de competição entre destinos turísticos. Ou seja, em alguns casos, a imprensa pode ser utilizada como uma forma de divulgar aspectos negativos de um destino que ofereça uma maior competitividade. A publicação de alguns acontecimentos menos favoráveis, ainda que de impactos pouco significativos, pode ser apresentada de maneira a que, aos olhos do público, seja suficiente para riscar da sua lista de férias o destino em notícia. Como alertou Vítor Cabrita Neto: «A imprensa estrangeira, que é a expressão de interesses económicos enormes, e os nossos rivais na oferta turística não perdoam nenhum dos nossos erros, que já são muitos.» (Neto 1984: 1157).

Todavia, também se poderá olhar a situação de um ângulo inverso, e como tal, um destino turístico pode usar o jornal como um veículo de propaganda positiva, como evidenciou Adão Flores: «Tal como Raül Proença, em relação ao conjunto do país, Mário Lyster Branco é igualmente precursor desta actividade propagandística do Algarve, publicando ou participando na publicação de sucessivos guias e roteiros da região, ou através de intensa colaboração jornalística na imprensa regional e nacional.» (Flores 1999:606).

Tendo em conta a natureza da prática jornalística, dividiu-se este artigo em duas partes distintas: uma dedicada aos artigos de opinião e outra às notícias de carácter informativo. Os primeiros, que também podem ser denominados de coluna, são sempre assinados e permitem tomar conhecimento dos principais pensamentos dos jornalistas e colaboradores do jornal *O Algarve* face a esta nova actividade na região: o turismo. As notícias de carácter informativo permitem, por seu turno, verificar quais os acontecimentos relacionados, directa ou indirectamente, com o turismo que eram acompanhados pelo jornal.

No que respeita ao Algarve, e segundo a bibliografia disponível, o turismo foi um fenómeno não planeado e espontâneo, dadas as características naturais da região e a sua descoberta pelos primeiros turistas que cá chegaram

impulsionados por agentes de viagens estrangeiros que divulgavam as atracções da região nos seus países de origem. Como no início se referiu, ao período em análise correspondeu o maior crescimento turístico jamais verificado na região algarvia, alterando para sempre o seu ambiente económico, político, social e cultural. Nesta fase, o produto mais procurado pelos visitantes era o sol e praia, factores naturais que o Algarve possuía, e possui, em grande quantidade e beleza (Cunha 1997: 102).

Sobre a actividade jornalística desta fase, é fulcral recordar que ela coincidiu com os piores anos para a imprensa em Portugal, anos marcados pela repressão e recusa da liberdade de imprensa. Este processo que ficou denominado de censura não poderia, mesmo que pontualmente, deixar de ser considerado neste artigo, pois tratando-se de uma fase em que a imprensa foi por ele ensombrada, muito certamente os assuntos publicados não eram revelados e explicados ao leitor na sua totalidade^{iv}.

À semelhança dos outros jornais em Portugal, o jornal *O Algarve* tinha obrigatoriamente de enviar as suas provas tipográficas por forma a serem revistas pelos serviços de censura, recebendo-as no regresso mutiladas, o que obrigava a uma revisão da estrutura das notícias ou mesmo, quando os cortes das notícias eram integrais, à perda total das edições: «A rotina do controlo prévio parecia então já, em definitivo, instalada: um funcionário de cada jornal deslocava-se à censura com “provas em triplicado” da notícia a ser examinada; dessas três, uma retornava com dois carimbos, um com a palavra “visado” e a indicação do local da comissão de censura, o outro com uma das variantes possíveis (“autorizado com cortes” ou “cortado”).» (Rosas e Brito 1996: 140).

Para além da censura, temos de ter em consideração que a imprensa, durante os anos de 1964 a 1973, não demonstrava o desenvolvimento jornalístico que apresenta actualmente. Tinha, de um modo geral, uma linguagem menos cuidada e menos profissional do que hoje em dia e havia um uso corrente, apesar de vigiado, da opinião e interpretação de notícias que os jornais de hoje tentam apresentar de forma mais objectiva, procurando restringir-se aos dados informativos. De igual modo, também a recolha e selecção das notícias era menos isenta, dependendo, muitas das vezes, dos critérios pessoais do jornalista que assumia essas tarefas.

Desta forma, e considerando três aspectos essenciais (censura, qualidade jornalística e jornal de divulgação regional), a análise que se segue requer um tratamento cuidado das conclusões a retirar.

Numa caracterização breve do jornal *O Algarve*, durante o período 1964-1973, estas eram as secções que

ocupavam regularmente as páginas do jornal: *os Postais Louletanos* (refere acontecimentos relacionados com Loulé e a sua população, normalmente, surge na primeira página); *Os 7 dias da Semana* (notícias várias); *De Domingo a Domingo* (notícias várias de carácter sociocultural); *Quem Perdeu?* (objectos que se perdiam e eram depositados na Secretaria do Comando da Polícia de Faro); *Agenda do Algarve* (números de telefone úteis); *Deliberações da Câmara de Faro*; *Necrologia*; *Publicidade e Anúncios*; *Vida Desportiva e Mundanismo* (poesia, datas de aniversário e outras efemérides).

À secção do jornal onde aparecem os artigos de opinião é atribuída a denominação de tribuna livre ou crítica. O artigo de opinião, igualmente designado por coluna ou comentário, pode ser, segundo a teorização jornalística, um artigo raciocinador, orientador, analítico, judicativo ou valorativo – conforme os casos.

É este género de artigo que, provavelmente, melhor nos esclarece sobre a relação turismo/imprensa, pela percepção que oferece ao leitor sobre a sociedade e a realidade turística no Algarve, permitindo, deste modo, identificar as principais ideias e críticas que surgiam face à nova realidade algarvia: o turismo. Porém, nunca esquecendo que, devido ao processo repressivo da censura, as opiniões eram apresentadas e discutidas de forma subtil.

Nestes textos de carácter mais opinativo, o jornalista não trabalha directamente com os acontecimentos ou com os factos, como o faz nas notícias informativas. Na realidade, estes artigos não seguem uma estrutura e conteúdo unicamente informativos, pelo contrário, neles o jornalista trabalha sobre ideias, deduzindo de acontecimentos actuais, como o turismo, as suas diversas consequências e necessidades.

Funcionando como uma análise dos factos envolvidos nos vários acontecimentos relacionados com o turismo, estes textos permitem a reflexão sobre possíveis erros e soluções que deveriam ser tidos em conta para um melhor aproveitamento e um crescimento turístico mais equilibrado, no que respeita, nomeadamente, aos impactos ambientais e socioculturais.

Iniciando a análise dos artigos nos primeiros quatro anos do período em estudo, sobressai um artigo publicado a 12 de Janeiro de 1964: «A Batalha do Turismo Português para 1964», que reúne os principais pontos que eram discutidos nesta fase inicial do turismo algarvio. Neste artigo, o jornal procurava reflectir sobre a crescente consciência do valor económico do turismo, que a sociedade começava a reconhecer, em particular os representantes do Estado português que haviam contemplado no último Orçamento de Estado uma ampla quantia para o turismo. Acrescentou

ainda que o Estado reforçara a necessidade de reunir a vasta variedade de atractivos turísticos que cada região dispunha, de forma a criar um produto direccionado para o gosto do turista, e que as regiões, em parceria com o Estado, deveriam apoiar os Municípios e associações culturais e desportivas no desenvolvimento turístico.

Ainda neste artigo, é feita uma chamada de atenção para a necessidade de se criar novos hotéis, melhorar a qualidade dos que já existem, melhorar e remodelar os restaurantes e casas típicas e de se reparar as vias de acesso, por forma a criar um mais elevado nível de comodidade a quem se deslocar ao Algarve.

Nunca tendo a região conhecido um desenvolvimento turístico desta natureza e de forma tão acentuada, as lacunas eram profundas e a vários níveis, destacam-se, entre outras, a capacidade de alojamento, a interacção turista-população e os acessos. Perante isto, o jornal, durante os primeiros quatro anos do período em análise (1964-1968), frequentemente, estimulou a população para a possibilidade de se obter melhores resultados e benefícios da actividade turística.

Assim, durante estes primeiros quatro anos, ainda que surgissem artigos que focassem outras questões, a verdade é que *O Algarve*, reflectindo a preocupação social, centrava muita da sua atenção no sentido de incentivar a criação de novos hotéis e obras de melhoramento nos existentes, por forma a satisfazer a necessidade dos turistas. A construção de um elevado número de alojamentos para poder receber a crescente procura era urgente, já que não adiantava atrair turistas se não se conseguia ter as condições para os receber.

Simultaneamente, o jornal assumia uma posição em defesa da sua região quando a mesma era alvo de crítica por alguns jornais nacionais, pelo facto da região algarvia querer receber turistas sem ter capacidade para tal. Ainda que fosse necessário criar condições de alojamento, e o jornal para isso já alertava, *O Algarve* considerava, numa atitude muito regionalista, que a região estava convenientemente preparada para o turismo que se verificava na altura, quando a maioria dos turistas era nacionais. Eis algumas das respostas d'*O Algarve* a acusações desta ordem: «Segundo lemos nalguns jornais, estamos (!!) a recusar turistas aos milhares, dezenas de milhares (30mil, 40 mil) porque não há alojamento.» (*O Algarve* 7 Janeiro 1964:1); «Ora quem vier ao acaso, sem ter previamente prevenido as coisas, terá, se isso for necessário, de se sujeitar àqueles inconvenientes que em toda a parte se registam. E serão esses casos que devem contar para se dizer que não temos condições?» (*O Algarve* 22 Maio 1968: 1-2).

Não somente com a questão do alojamento se deba-

tava o turismo algarvio, as vias de comunicação e acesso à região preocupavam igualmente o jornal. De facto, a deficiente rede de estradas, sobretudo a que ligava as principais zonas turísticas, não apresentava as condições necessárias para transportar os turistas com o adequado nível de qualidade e conforto a que estavam habituados nos seus países de origem; pelo contrário, ofereciam-lhes uma viagem desconfortável.

O jornal colocava este problema como prioritário face ao alojamento, porque a construção do aeroporto de Faro não o resolveria na sua totalidade, e porque este tornava desagradável a visita ao turista: «Há que pensar-se então nos aeródromos regionais, que liguem o Algarve de Sagres a Vila Real de Santo António, e nas ligações rodoviárias rápidas e cómodas, que levem o turista do litoral à serra para poderem admirar o Algarve em toda a sua beleza paisagística.» (*O Algarve* 13 Dezembro 1964: 1).

Os jornalistas alertavam ainda para a preservação dos factores naturais e para a criação de factores culturais atractivos que proporcionassem uma recepção de qualidade:

Enquanto as terras do interior se apetrecham com piscina, utilizando as verbas do totobola! Faro, que tem a sua piscina natural – a formosíssima doca – não consegue o arranjo de uns metros de muro derrubado, não se procura manter-se-lhe água permanente, não se pode fazer a limpeza do lodo...irrita ver que se não pode fazer nada! Estranho poder de inércia se apodera dos indivíduos que preferem a estagnação do progresso! Estranha passividade a dos Farenses que nada procuram fazer a bem de Faro! (*O Algarve* 14 Junho 1964: 4).

A Praia de Faro era um dos locais sobre o qual o jornal despendia maior atenção. As ideias transmitidas pelo jornal eram muito objectivas e não escondiam o seu descontentamento perante o "laissez-faire" das entidades oficiais e população algarvias: «A Praia de Faro, uma realidade turística da cidade, de que muitos duvidavam, não há muitos anos, está praticamente dividida em duas zonas – a de inglês ver e a de português morar! Assim mesmo. Uma zona tem todo o progresso que faz dela uma maravilha; a outra, está abandonada a si mesma!» (*O Algarve* 9 Outubro 1966: 4).

Foi, também, nesta fase que se começou a reconhecer a importância da divulgação e da promoção da região a nível nacional e internacional. Esta atitude é inédita, pois até aqui esperava-se que o turista descobrisse o Algarve por mero acaso ou através de comentários feitos por anteriores visitantes. Assim, impunha-se a criação de roteiros e de outras formas de dar a conhecer o Algarve indispensá-

veis na aquisição de um estatuto internacional de destino turístico de qualidade:

Pois Faro que tem Museus que reúnem elementos preciosos e Biblioteca Municipal com raridades bibliográficas [...] estão votados a um abandono, a um lamentável desprezo que arrepia! [...] Falam da necessidade de criar um roteiro "Da pobreza que existe, ou da sua falta derivam os conceitos errados de que Faro não tem nada digno para se ver, que é a modes [sic] que uma Aldeia com Igreja, Hospital e Cadeial!" (*O Algarve* 17 Maio 1964: 1)

De acordo com a opinião dos jornalistas do jornal *O Algarve*, era a região e as suas entidades competentes quem se deveria ocupar da sua divulgação e não esperar, passivamente, que os jornais fizessem propaganda do Algarve, ou que este fosse descoberto por mero acaso:

O Algarve terá de fazer por si, a propaganda das suas belezas, e seria oportuno editar-se um Álbum com um volume para cada concelho, com reprodução fotográfica das paisagens de cada região, formando o conjunto uma cobertura foto-turística da província. Os jornais e as revistas, lá vão, de vez em quando, publicando uma vista daqui, ou dali, mas tudo tão disperso fica, que pouco, ou nada serve a propaganda efectiva que é mister fazer. Quem poderia fazer isso?! Talvez a EVA, pelo seu departamento turístico; a Casa dos Rapazes; a Comissão de Turismo; «Os Amigos de Faro»; a Casa do Algarve; a Junta de Província, qualquer particular?...talvez fosse de tentar. (*O Algarve* 3 Maio 1964:3)

Este jornal, sempre que possível, fazia referência a exemplos reais que permitissem transmitir ao leitor a importância que a promoção de uma região e suas riquezas culturais e naturais exerciam no desenvolvimento turístico, recordando que as potencialidades algarvias não eram pura ilusão aos olhos da população local e que eram muitos os visitantes que se diziam apaixonados por essas mesmas belezas. Por essa razão, o jornal, numa posição de defensor da região algarvia, fazia acompanhar os seus textos de grandes e atraentes fotografias, que procuravam desvendar as potencialidades turísticas desta parte do país.

Todavia, o aumento da procura turística não dependia única e exclusivamente de uma propaganda eficaz, ou mesmo do aparecimento do aeroporto de Faro, era também indispensável criar espectáculos e actividades lúdicas que divertissem e ocupassem os turistas durante a sua estadia na região.

A este respeito, o jornal edita, em 1964, uma curiosa

notícia que procura reforçar a importância do tipo de recepção que se deve prestar ao turista:

Se as possibilidades de proporcionar no Algarve divertimentos de uma certa categoria artística são hoje quase nulas, há uma coisa fácil e barata que podemos oferecer aos turistas: o poderem desengonçar-se ao ritmo (algum nome lhe tenho que dar) do twist e quejandos bailes modernos. [...] Ora é preciso proporcionar aos turistas ocasião de pernearem livremente. E é tão fácil arranjar uma orquestra para o caso! Não esqueçam aí no Algarve, que o turista hoje, em 90% dos casos não quer "descansar". Isso era dantes quando o turismo era principalmente constituído por chefes de Repartição da Junta de Crédito Público ou majores reformados. O que o turista quer hoje é "perder gorduras" através de uma ginástica endiabrada. Depois acabadas as férias é que ele se propõe a descansar na doce sonolência do escritório, da repartição ou do "gabinete de trabalho". (*O Algarve* 5 Janeiro 1964:1)

Apenas alguns meses mais tarde, este assunto regressa às páginas do jornal, reforçando a ideia que o turista precisa de razões que o façam escolher o Algarve como destino turístico para as suas férias e que o Algarve pode arranjar mais mecanismos para aumentar a sua receita:

Todos se **assustam** com o não haver! (e onde os há) hotéis para albergar os turistas! Comida para mais gente! Lugar para estacionamento de mais carros! E daí se parte para o comodismo de **nada fazer!** Não! Não é assim que se faz aquele turismo que interessa às regiões! Não é projectando festas para os de casa! O turismo é por si acção e movimento, é um carnaval de iniciativas em movimento que lhe dá vida! Os turistas da época pré-balnear, já aí andam, e não se lhes prepara **nada para verem**, de que se recolheriam algumas divisas, pois do céu azul, do clima e do mar morno, não se lhes cobra nada! [sublinhado e negrito no original] (*O Algarve* 31 Maio 1964:1)

Na realidade, a meio da década de 60, o turista tinha já um nível de exigência mais elevado, o que tornava premente a satisfação das suas necessidades, de forma a impedir um confronto negativo entre as suas expectativas e as experiências vividas no destino visitado – o Algarve.

A 10 de Outubro de 1965, *O Algarve* editava um texto intitulado «O Algarve não Deve Perder a Oportunidade Turística Actual». Nele, o jornal referia-se ao aproveitamento dos castelos, à criação de facilidades para expansão do turismo nas zonas do interior, à realização de exposições de

artesanato, ao incentivo aos agrupamentos de folclore e à cobertura total do Algarve pela Rádio Televisão Portuguesa^v.

A preservação da identidade cultural algarvia perante o desenvolvimento turístico era outro dos tópicos de discussão que o jornal também referia, sem dúvida, por sentir que este assunto preocupava a sociedade algarvia.

A percepção do Algarve como um centro turístico fez, inevitavelmente, surgir interações sociais envolvendo a população e o turista. O turista que, de acordo com Nash, é visto pela maioria da população como um estrangeiro, ou seja, um visitante temporário que não partilha o essencial do dia-a-dia da restante população, alguém estranho com características particulares (1988:1-14). Do ponto de vista sociológico, as consequências do turismo assentam na introdução de novos valores culturais e comportamentais, criando uma nova realidade sociocultural, que a população local tende a adaptar e a interiorizar, abandonando antigos valores que a definem cultural e socialmente (Jaffari 1990: 1-20).

Segundo o jornal *O Algarve*, cada região, deveria esmerar-se por apresentar o que é genuinamente seu, defendendo de forma firme e objectiva a preservação dos padrões tradicionais e culturais, assim como a oferta ao turista de um Algarve genuíno. Nesta ordem de ideias, A.J. do Patrocínio, um colaborador regular deste jornal, refere, elogiosamente, no seu artigo «Turisticamente o Algarve é uma Realidade Indiscutível», as idiosincrasias da região que a tornam única e fascinam, com certeza, a maioria dos turistas:

Mas é isso mesmo que nos dá a vida calma que apreciam. Se é isso que desilude um ou outro turista, como supomos ser, por não compreenderem porque vivemos ainda sujeitos a fazer cinquenta quilómetros de camioneta, em duas horas, ou de automotora, quase no mesmo tempo, dir-lhe-emos que é talvez um pouco moroso, mas o turista deve ser o curioso que anote o que vê, mas se viesse encontrar tudo o que já conhece e igual em toda a parte, a sua viagem deixaria de ter interesse. Pela nossa parte, achamos que temos de introduzir algum progresso nas condições de vida, mas o Algarve só lucrará, turisticamente, se se mantiver igual a si mesmo. (*O Algarve* 9 e 16 Abril 1967:1)^{vi}

O elevado investimento estrangeiro, a partir de 1966 e que se manterá até ao final do período em análise, é uma preocupação deste órgão da imprensa regional. Concretamente, a 6 de Março de 1966, o jornal revelava a forte iniciativa estrangeira que se foi instalando e dominando o desenvolvimento turística da região: «À medida que se vão concretizando as medidas para tornar o Algarve

numa zona turística ao nível internacional, verificamos com mágoa, que uma grande parte dos empreendimentos não estão naquela base de iniciativa regional, nem ao menos nacional [...]» (*O Algarve* 6 Março 1966: 1).

Um outro tema que começa a ser veiculado, nomeadamente entre 1968 e 1973, é a criação de um turismo de qualidade. Após reconhecido o valor económico do turismo, começa a sentir-se a preocupação, por parte das autoridades competentes, de oferecer um produto turístico com qualidade em várias frentes. E também a este facto o jornal esteve atento. A 13 de Outubro de 1968, Félix da Paiva, um outro jornalista de *O Algarve*, escreve a propósito da arbitrariedade na aplicação dos preços na hotelaria:

Há pois, que actuar, e rapidamente, contra os abusos desta natureza e não esquecer a notória falta de relação entre os preços de pensão completa e a qualidade dos serviços de mesa e de quarto, nas estalagens e nas pensões algarvias classificadas de primeira classe. [...] Há que refrear os intuítos de enriquecimento rápido, não só em defesa do turismo nacional, como, no fim de contas, em defesa dos próprios industriais da hotelaria média do Algarve. (*O Algarve* 13 Outubro 1968: 4)

Em 1969, apesar das constantes chamadas de atenção do jornal *O Algarve* e de outros órgãos de imprensa regional, esta situação mantém-se e os excessos continuam a verificar-se, daí que o jornal não o deixe de recordar ao leitor:

As notícias que nos vêm do estrangeiro elogiam o bem estar que sentem os turistas na nossa terra, a afaabilidade das gentes. [...] Ora tudo isso, é de manter, para que não se destruam os motivos cativantes. Há histórias que se contam, haverá casos verdadeiros, nessas histórias, mas o interesse de todos exige que se desmintam as histórias e se destruam os casos de verdadeira ganância de lucro. (*O Algarve* 17 Agosto 1969:6).

Antes de terminar a análise dos artigos de opinião e avançar com o estudo das notícias de carácter noticioso, fica aqui o registo de outra das preocupações do jornal: a inflação nos preços do comércio local sentida pela população durante os meses de Verão. Como refere Clara Neves: «[...] as consequências da enchente turística de meses como o de Agosto, traç como consequências o aumento dos bens alimentares. Espírito de sacrifício da população algarvia, e o reverso da medalha: alguns oportunistas e exploradores, que praticam preços elevados.» (*O Algarve* 16 Setembro 1973: 4).

Como anteriormente se referiu neste artigo, nas notícias de carácter informativo os factos são dados a conhecer ao leitor de forma mais lúcida e pretensamente mais objectiva do que nos artigos de opinião.

Na análise destas notícias, ao longo dos anos compreendidos entre 1964 e 1973, sobressaem os seguintes temas: o aeroporto de Faro (a construção e as alterações ao planeamento após a inauguração); os novos empreendimentos turísticos e as melhorias executados nos já existentes; vários acontecimentos relacionados com o turismo e a divulgação da região.

Em 1964, um ano antes da inauguração do aeroporto, colocava-se sobre ele uma grande expectativa e tudo o que lhe estava relacionado era alvo de pesquisa do jornal, onde se podem encontrar notícias como «Aterrou uma avioneta no aeroporto de Faro» (*O Algarve* 9 Fevereiro 1964:1); «Prosseguem as obras de acesso ao aeroporto» (*O Algarve* 9 Agosto 1964:1) e o «O Aeroporto de Faro projecta já o Algarve no estrangeiro» (*O Algarve* 12 Julho 1964: 1,4).

O jornal demonstra um grande optimismo quanto ao impacte do aeroporto na região: «Faro está assim a dois passos de beneficiar desse elemento progressivo que há-de transformar profundamente a vida regional, abrindo novos horizontes à sua projecção, de todo o Algarve e até do País, nomeadamente comercial, cultural, económico e artístico.» (*O Algarve* 8 Novembro 1964: 1).

Na edição de 12 de Setembro de 1965, o jornal descreve pormenorizadamente todas as actividades que preencheram o dia da inauguração do aeroporto, tanto as personalidades presentes como o voo inaugural a Lisboa, onde se visitou o Museu da Marinha e o Planetário.

Porém, numa atitude reveladora da ambicionada imparcialidade jornalística, o jornal não se limitou a referir os aspectos positivos e tomou uma posição de descontentamento face às instalações provisórias do aeroporto: «No "Provisório" Aeroporto, achamos que as paredes podiam já ter qualquer coisa que chamasse a atenção dos frequentadores, calhando bem uns quadros de paisagens da região para quebrarem a frieza de paredes nuas. Um painel para informações também prestaria ali um bom serviço.» (*O Algarve* 23 Janeiro 1966: 1).

Mas a realidade é que o jornal persistiu em transmitir à população os principais acontecimentos que cercavam o aeroporto: o aparecimento de novos voos (a notícia do voo inaugural da TAP Faro/Frankfurt, no Verão de 1968, apareceu em três edições do jornal, a 23 e a 30 de Junho e a 7 de Julho, sempre na primeira página); as obras no aeroporto; a chegada de individualidades; as comemorações dos aniversários da TAP; o número de passageiros que chegavam diariamente; anúncios publicitários da TAP, entre outros.

Nos anos de 1970 e 1971, dois outros acontecimentos, relacionados com a actividade desenvolvida pelo aeroporto, saltaram para as páginas do jornal: «o Condor», o novo táxi aéreo e a perspectiva de receber voos *charter*, que representavam um avanço quer para o aeroporto quer para a actividade turística da região: «O objectivo das negociações [...] era o de estabelecer as bases de uma política de transporte aéreo que permita o crescimento de voos fretados, indispensáveis no desenvolvimento do turismo no Algarve, em paralelo, com o crescimento das carreiras regulares entre Faro e Inglaterra.» (*O Algarve* 3 Janeiro 1971: 1).

Como já foi referido, o aparecimento de novas unidades hoteleiras não escapou ao olhar atento da equipa de jornalistas de *O Algarve*. No entanto, o que marcou estes anos não foi, somente, o aparecimento de mais hotéis, mas sim a rapidez e o elevado número com que surgiram no solo algarvio. A enorme frequência deste tema resultou, já em 1964, na criação de uma rubrica que se dedicasse única e exclusivamente a ele: *O Algarve Prepara-se Para o Turismo*.

De entre as várias notícias que surgem entre 1964 e 1973, assiste-se ao destaque de alguns hotéis em detrimento de outros. Esta diferença de destaque é observável, nomeadamente, através do tipo de imagem que o jornal opta por apresentar (tamanho, qualidade e pormenor), da dimensão do texto, da análise crítica levada a cabo pelo jornalista e do número da página em que se insere. Fazendo um levantamento breve desses hotéis e áreas turísticas de maior destaque, são de nomear o Hotel Faro e o Hotel Eva, em Faro; o Hotel Sol e Mar e o Hotel Balaia, em Albufeira; o Hotel Algarve e o Hotel Júpiter, na Praia da Rocha e o Hotel Éden em Armação de Pêra.^{vii}

As notícias das inaugurações assemelham-se, na maioria das vezes, na estrutura informativa, apresentando um texto, frequentemente acompanhado por uma fotografia, que varia em tamanho consoante o destaque que o jornalista lhe pretende atribuir. No texto são referidas as personalidades presentes na inauguração, pormenores sobre o jantar e celebração, encerrando com votos de sucesso no desenvolvimento da sua actividade.

Por outro lado, e como mencionado previamente, também era dado especial relevo a algumas áreas turísticas do Algarve, nomeadamente àquelas onde foi autorizada a construção de novos hotéis.

Como consequência do aumento da construção de empreendimentos hoteleiros, da procura de terrenos para a sua edificação e da publicidade aos novos hotéis assiste-se, no jornal *O Algarve*, ao multiplicar do número de anúncios. E com a venda de espaço para publicidade o jornal viu aumentar as suas receitas.

No contexto das novas infra-estruturas turísticas que vão preenchendo a região, o jornal direcciona a sua atenção para um novo tipo de empreendimento que se apresentava como um importante complemento da oferta turística algarvia: os casinos. Na edição de 13 de Maio de 1973 pode-se ler: «[...]O aparecimento dos casinos irá aumentar substancialmente, especialmente no que se refere a diversões nocturnas, as atracções turísticas do Algarve.[...]» (*O Algarve* 13 Maio 1973:6).

Porém, não só os novos hotéis e empreendimentos interessavam anunciar. O Algarve, procurando sempre manter a sociedade algarvia informada, desenvolveu a árdua tarefa de acompanhar os principais acontecimentos culturais, políticos e desportivos que envolviam esta nova realidade.

Ao longo dos anos de 1964 e 1973, é possível destacar três subgrupos de notícias que envolviam estes acontecimentos: 1º - exposições, concursos e inaugurações; 2º - congressos, conferências e cursos; 3º - visita de personalidades nacionais e estrangeiras socialmente relevantes.

Dentro do primeiro tema sobressaem, nas edições do jornal *O Algarve*, títulos como: «Uma exposição em Albufeira» (2 Fevereiro 1964: 4); «Outono em Portugal: desporto e turismo no II Rallye de Inverno do Algarve e no I Concurso Internacional de Pesca» (17 Dezembro 1967: 2); «Turismo de hoje uma exposição que vale a pena visitar» (5 Maio 1968:1); «O Algarve visto pelas crianças» (21 Novembro 1971: 1); «Na Casa do Algarve em Lisboa vai ser inaugurado um centro de turismo e informação» (12 Maio 1968: 1), entre outros.

O número de notícias subordinadas ao segundo tema não era menor, e títulos como «I Congresso Nacional de Estudos Turísticos» (16 Agosto 1964:1), «I Congresso Nacional de Turismo» (23 Agosto 1964:1), «III Curso Espanhol sobre Economia e Promoção de Empresas Turísticas» (15 Novembro 1970:1) e «Estudados problemas do turismo do Algarve» (27 Setembro 1970: 1 e 6) não eram raros.

Numa notícia de 4 de Janeiro de 1970, intitulada «Brigadas Itinerantes de Turismo», alertava-se, originalmente, para o facto de, apesar do nosso país ser beneficiado pelo sol abundante e mar azul, não se ter como garantido o regresso daqueles que nos visitam. De facto, surgia, neste momento, a ideia de que o turismo é algo que raramente surge espontaneamente, pelo que necessita de planeamento adequado, por forma a obter o crescimento mais adequado em termos qualitativos e quantitativos. Foi por essa razão, que a Direcção Geral de Turismo procedeu à organização das brigadas itinerantes de formação na área do turismo, às quais o jornal dá destaque:

O turismo é qualquer coisa que raras vezes acontece por si, que precisa de ser planeada, organizada e que, depois de posta em execução, precisa de ser acarinhada. Assim à maneira de uma planta que não é bravia nem chega que se lhe espete a estaca. [...]A Direcção Geral do Turismo, de acordo com a sua missão, está sempre atenta ao que se afigura necessário para o desenvolvimento e progresso de tudo quanto constitui o objecto da sua actividade. Daí as muitas iniciativas constantes do Plano para 1970, e outras já em vias de aplicação. Aplicando a lição que manda semear a tempo para que tenhamos colheitas na devida altura, procedeu-se à organização de brigadas itinerantes de formação. Destinadas umas a exercer a sua acção no campo da Hotelaria e outras nos aspectos mais especificamente ligados ao turismo, ao prepará-las a Direcção Geral de Turismo teve em mente uma actualização e aperfeiçoamento dos processos e condições em que actuam os organismos interessados nessa actividade. (*O Algarve* 4 Janeiro 1970:1)

No que se refere ao terceiro subgrupo de notícias, o jornal destacou a visita da actriz da então popular série infantil-juvenil, Pipi das Meias Altas ao Algarve («Pipi – Férias no Algarve», 11 Julho 1971: 1; «Pipi chega amanhã a Faro», 18 Julho 1971:1); as visitas dos reis do Turismo («Está em Portugal a "Rainha" do turismo do Brasil», 26 Maio 1968: 1; «De todo o mundo vieram ao Algarve», 26 Julho 1970: 1); as visitas de agentes de viagens («Agentes de Viagens alemães visitam o Algarve», 19 Fevereiro 1967: 1; «Visita de Agentes de Viagens da Áustria», 19 Abril 1970:1).

A algumas destas notícias era dado destaque, publicando-as em duas edições do jornal. De facto, era importante para *O Algarve* mostrar aos leitores, com a intenção de promover o optimismo face ao desenvolvimento da actividade turística, que quer os profissionais de turismo estrangeiros quer algumas personalidades famosas se interessavam pelo Algarve.

Considerações Finais

Recordando os objectivos que este estudo se propunha alcançar, de entre os quais se destaca a análise da relação existente entre o turismo e a imprensa regional algarvia, no caso particular do jornal *O Algarve*, nos anos compreendidos entre 1964 e 1973, pode-se concluir que se verificou um forte empenho deste jornal em dar voz às necessidades da actividade turística.

Na realidade, durante estes anos, o jornal desempenhou um papel marcante no crescimento do turismo, incentivando, divulgando e criticando constantemente a sociedade al-

garvia face à evolução que se verifica na área do turismo.

De facto, até 1960 a região algarvia conviveu com um turismo pouco activo, praticado, essencialmente, pela elite sócio-económica nacional, que passava despercebido aos olhos de muitos e a imprensa mantinha-se dedicada a outras questões consideradas, na altura, mais relevantes. Porém, a década de 60 ficou marcada pelo «boom» turístico e a actividade turística transformou-se num tema de debate na sociedade algarvia, logo de destaque nas páginas do jornal *O Algarve*.

Como reflexo dos novos interesses da sociedade algarvia e, conseqüentemente, deste jornal, o ano de 1964 sobressai pela criação da rubrica, já referida, dedicada exclusivamente ao turismo: «O Algarve prepara-se para o turismo». O mesmo sucede com o ano de 1965, marcado por uma intensa promoção das principais praias e cidades algarvias. O ano de 1972 também foi relevante em termos de opções editoriais, uma vez que assistiu ao nascimento de uma nova e importante rubrica: *O Algarve na Imprensa* da responsabilidade do jornalista Libertário Viegas.

Fundamentalmente, ao longo do período compreendido entre 1964 e 1973, o jornal assume um carácter estimulador do desenvolvimento do turismo na região algarvia, através da reflexão e destaque das principais questões que se punham ao Algarve: entre 1964 e 1968, a criação de bases para o possível desenvolvimento do turismo algarvio, necessidade que, uma vez ultrapassada, levantaria uma outra questão - a criação de incentivos que permitissem atrair e reter no Algarve um número mais elevado de turistas, aumentando, assim, a procura.

O jornal *O Algarve* debateu, entre 1964 e 1973, temas como a promoção turística; a criação e a melhoria do alojamento; a comunicação e os acessos; a melhoria dos espaços físicos e naturais; o exagerado investimento estrangeiro; a necessidade da criação de um turismo e acolhimento de qualidade ao turista; a criação de espectáculos; a organização de exposições sobre o Algarve, concursos e congressos; o reconhecimento e aproveitamento do valor turístico do património cultural e histórico e a valorização turística da identidade cultural. Esta nova visão criou uma nova preocupação na sociedade algarvia espelhada nas páginas do jornal: o impacto do turismo na identidade cultural algarvia.

Pela análise das edições de *O Algarve* publicadas nos anos referidos, pode-se concluir que o jornal teve, para além da evidente função de informar, um importante papel de modelador do desenvolvimento do turismo na região. Na verdade, pode-se afirmar que se estabeleceu, desde cedo, uma forte relação entre o jornal e a actividade turística, reflexo das discussões e críticas próprias de uma fase

de implantação do turismo no Algarve que prometia trazer importantes benefícios económicos. ■

Notas:

ⁱ Foi escolhido o jornal *O Algarve* pelo indiscutível valor que ele representa para o estudo histórico e cultural do Algarve: "A consulta deste jornal [*O Algarve*] é extremamente proveitosa aos estudantes e investigadores da cultura algarvia, visto que se trata do actual decano da imprensa algarvia, tendo a meritória particularidade de ser um dos mais noticiosos e opinativos desta província." (Mesquita 1988: 113).

ⁱⁱ Licínio Cunha nasceu em 1934. Licenciou-se em Economia e trabalhou no sector bancário. A partir da década de 60, interessa-se pela actividade turística. Dos cargos por ele desempenhados salientam-se: Secretário de Estado do Turismo no IV, V, X XI Governos Constitucionais, Presidente da Comissão Económica da Federação Internacional de Termalismo e Climatismo e membro do Comité Económico e Social das Comunidades Europeias. A obra de referência para este estudo foi *Economia e Política do Turismo* (Lisboa, McGraw Hill, 1997).

ⁱⁱⁱ Planeamento: "[...]conjunto de acções programadas no tempo em que, identificados os problemas regionais, se procura dar-lhes solução no quadro das políticas e dos planos a elaborar para o conjunto do país." (Lopes 1987: 40); Ordenamento: segundo os *Princípios Gerais da Política de Ordenamento do Território e Urbanismo*, Lei nº 48/98 de 11 de Agosto, devemos entender ordenamento como um conceito de espaço que vem crescendo e desenvolvendo-se de forma organizada, através de um conjunto de acções que visam organizar o espaço de uma forma equilibrada e sustentada, para atingir os objectivos de desenvolvimento.

^{iv} Para mais informação sobre a censura poder-se-á consultar o Projecto que serve de base a este artigo, onde estudos como o de Maria Antónia Palla, "A Liberdade de Imprensa e o Poder e a Independência" e "A Renovação da Imprensa apesar da Censura" (in *Portugal Contemporâneo*, 3 vols, Lisboa, Selecções dos Reader's Digest, 1999) foram consultados e analisados detalhadamente.

^v "Importa agora não perder a oportunidade de lhes dar o devido aproveitamento, o Algarve por si só já tem clima e atracções naturais que atraem os turistas, mas tem de procurar com colaboração dos seus municípios e juntas de turismo, manter em permanente actividade o que ao turista interessa. [Se não o fizermos] teremos perdido para largo período os benefícios da propaganda feita e dos investimentos relativamente vultuosos com que o Algarve foi enriquecido com mira no desenvolvimento e progresso pelo turismo." (*O Algarve* 10 Outubro 1965: 1,4).

^{vi} Um artigo anterior de A.J. do Patrocínio, publicado a 8 de Novembro de 1964, dá conta do mesmo sentimento: "O Algarve tem como artesanato característico algumas obras que devem ser mantidas na sua primitividade, sem se deixarem influenciar pelo que se faz noutras regiões." (*O Algarve* 8 Novembro 1964:1).

^{vii} As razões que precediam ao destaque de uns hotéis em detrimento de outros são por nós desconhecidas.

Bibliografia Activa

Jornal *O Algarve* (1964 a 1973).

Congressos

ALVES, Aníbal, (11 Abril 1997), «Condicionalismos do Processo Informativo na Comunicação Regional», *Processo Informativo na Comunicação Social, Regional e Local*, Braga, Universidade do Minho, pp.229-238.

CÂMARA, José Bettencourt da, (18 Abril 1997), «Notícia, Comentário e Opinião: Sua Complementaridade e Limites», *Processo Informativo na Comunicação Social, Regional e Local*, Braga, Universidade do Minho, pp.153-165.

NETO, Vítor Cabrita (12 a 22 Janeiro 1984), «O Turismo Algarvio Entre Ilusões e Realidade», *III Congresso do Algarve*, vol. II, Hotel Montechoro, pp.1155-1162.

Bibliografia Passiva

CUNHA, Lício (1997), *Economia e Política do Turismo*, Lisboa, McGraw-Hill.

FLORES, Adão (1999), «O Turismo no Algarve na Primeira Metade do Século» in Maria da Graça Marques, *O Algarve - Da Antiguidade aos Nossos Dias* (1999), Lisboa, Edições Colibri, pp. 599-609.

JAFFARI, Jafar (1990), *Modelos de Turismo: Los Aspectos Socioculturales*, Las Palmas, s.e.

MARQUES, Maria da Graça (1999), *O Algarve - Da Antiguidade aos Nossos Dias*, Lisboa, Edições Colibri.

NASH, Dennison (1988), *Tourism as a Form of Imperialism*, Pensilvânia, Pennsylvania University Press.

ROSAS, Fernando e J.M. Brito (1996), *Dicionário de História do Estado Novo*, vol.I, Lisboa, Bertrand Editora.