



# Douro Turístico:

REPRESENTAÇÕES,  
RECURSOS E POLÍTICAS

Octávio Sacramento  
Eduardo Gonçalves  
Herardo Pereira  
(Eds.)

**TÍTULO**

Douro Turístico:  
Representações,  
Recursos e Políticas

**AUTORES**

Vários

**EDITORES**

Octávio Sacramento  
Eduardo Gonçalves  
Herardo Pereira

**EDIÇÃO**

Centro de Publicações ISMAI Press; CEDTUR; CETRAD  
Universidade da Maia | Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

**COORDENAÇÃO EDITORIAL**

Pedro Almiro Neves e Eduardo Gonçalves

**REVISÃO LINGUÍSTICA**

ReadyToPub

**CONCEÇÃO E PRODUÇÃO**

Graphic Production

**DATA**

10 de dezembro de 2021

**TIRAGEM**

150 Exemplares

**DEPÓSITO LEGAL**

492380/21

**ISBN**

978-989-54978-8-1

Este trabalho foi financiado por Fundos Europeus Estruturais e de Investimento, na sua componente FEDER, através do Programa Operacional Competitividade e Internacionalização (COMPETE 2020) (Projeto n.º 006971 (UID/SOC/04011), ref.º de financiamento: POCI-01-0145-FEDER-006971); e por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, no âmbito dos projetos UID/SOC/04011/2013, UID/SOC/04011/2019 e UIDB/04011/2020. Muitas das contribuições para o livro beneficiaram ainda de financiamento no âmbito do projeto de I&D DOUROTUR – Tourism and technological innovation in the Douro, n.º de operação NORTE-01-0145-FEDER-000014, cofinanciado pelo Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER) através do programa NORTE 2020.

# CAPÍTULO 6.

## La región Douro a través de sus postales: una comparativa de las imágenes actuales con las del Portugal salazarista

Nira Santana Montañez  
Víctor García Alemán

### 1. Introducción

Hay dos elementos fundamentales que recorren y se presentan en el sistema turístico: de un lado, las culturas implicadas y la imagen y, del otro, sus actores protagonistas (los propios turistas y las poblaciones locales). Tal y como señala Santana (1997, p. 59), la cultura y la imagen han sido tenidas en cuenta desde la Antropología, pero no han sido contempladas de forma explícita hasta la década de los noventa en el caso de los estudios turísticos. No obstante, diversas investigaciones realizadas desde los años setenta han mostrado la importancia de la imagen como un elemento central del sistema turístico (Baloglu & McCleary, 1999; Gallarza et al., 2002; Santana, 2015). Como han señalado Pereiro y Fernandes (2018, p. 356), en los años noventa del pasado siglo XX, los imaginarios y la subjetividad van ganando terreno dentro de las ciencias sociales, permitiendo comprender algunas dimensiones de la vida social. En esta misma década, los estudios detallados sobre la construcción y significación de la imagen en el sistema turístico van tomando forma, y se empieza a considerar la imagen como un constructo conceptual complejo y subjetivo, en el cual se entrelazan las emociones y los razonamientos del consumidor con valoraciones que comparan la experiencia y el conocimiento sobre el destino (Baloglu & MacCleary, 1999; Díaz, Rodríguez & Santana, 2010; Santana, 2015).

En este sentido, la imagen puede ser definida como un conjunto de representaciones mentales del conocimiento o creencias sobre los atributos físicos del destino turístico en su conjunto (componente cognitivo) articuladas con las valoraciones y los sentimientos que despierta (componente afectivo). Pero, según Santana

(2015, p. 39-40), “tomada así, el análisis de la imagen dejaría de lado a otros actores implicados en los procesos de diseño, formación y transmisión que van a fraguar el imaginario de ese destino”. Teniendo esto en cuenta, el análisis de la imagen se centraría en: (i) los atributos físicos del área de destino; (ii) la percepción por parte del consumidor-turista; y (iii) la imagen propia de los grupos locales.

Al comienzo de su obra *La mirada del turista*, Urry (2004, p. 5) nos indica que parte de la experiencia turística consiste en mirar un conjunto de diversas escenas, paisajes rurales o vistas urbanas que se escapan de la norma, de lo cotidiano. Esta mirada (*gaze*), añade Urry, está organizada y sistematizada. Asimismo, podríamos decir que hay una serie de “expertos” (profesionales del marketing, agencias de viajes, editores de postales, etc.) que ayudan a construir y a desarrollar nuestra mirada como turistas, la cual varía según la sociedad, la clase y el periodo histórico. En esta construcción de la mirada del turista, los diversos agentes turísticos pueden recurrir a la utilización de las imágenes a través de diversos medios, tales como los folletos, los carteles, las páginas *web*, la literatura o las postales. Así, las imágenes de los destinos son moldeadas y presentadas a los consumidores en “un juego paradójico de continuidad y renovación, de familiaridad y contraste, de tradición (referencia al pasado reconstruido al gusto) y modernidad” (Santana, 2015, p. 38). En una situación ideal, gran parte de la imagen propia debería estar reflejada, por lo menos en la imagen construida para la venta, y, finalmente, en la imagen vendida. Sin embargo, esto raramente ocurre. En cuanto a los turistas, estos no constituyen un sujeto pasivo, sino que se interesan por todo como signo de sí mismo, son el “ejército ignorado de semióticos”, como diría Culler (1987, p. 127 *apud* Urry, 2004, p. 7).

Dentro de los estudios sobre la construcción y significación de la imagen, en los últimos años se ha comenzado a considerar las postales como objeto pertinente de investigación, tanto a nivel nacional como a nivel internacional. Un ejemplo del interés que han despertado las postales como objeto de estudio en el ámbito portugués es el proyecto de investigación “Postais ilustrados para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário”, financiado por la Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT-Portugal), entre los años 2007 y 2012. Tal y como señala su investigador principal, Martins (2017a, p. 8), este proyecto tuvo como principal objetivo “estabelecer a relação da história do postal ilustrado e das suas representações com a construção do imaginário popular e das identidades regionais”. Además, en el marco del proyecto Dourotur - Turismo e Innovación Tecnológica en el Douro (<https://dourotur.utad.pt/>), las postales también constituyen uno de los múltiples objetos de análisis empleados en el estudio de la imagen turística de la región.

Por tanto, el análisis de las imágenes que se muestran en las postales puede ser de gran interés para comprender cómo se representa un determinado destino turístico. Precisamente, en este trabajo destacamos los temas más recurrentes en las imágenes de un conjunto de postales actuales y lo comparamos con los motivos más representativos de la *Política do espírito*<sup>1</sup>, impulsada por António Ferro al frente del Secretariado da Propaganda Nacional (SPN) del salazarismo. Nuestro objetivo principal es establecer una comparación preliminar entre la imagen del Portugal Salazarista y la imagen actual proyectada de la región Douro, con la intención de vislumbrar si hay continuidades en los motivos reproducidos por esta última o si, por el contrario, hay una ruptura significativa en los temas. Para ello, analizaremos las imágenes turísticas que se presentan en un conjunto de postales de la región duriense, entendida esta como la comunidad intermunicipal compuesta por 19 municipios<sup>2</sup> pertenecientes a los distritos de Bragança, Vila Real, Viseu y Guarda.

Las postales ilustradas tuvieron a comienzos del siglo XX un fuerte impacto en el sistema de correspondencia, siendo un medio de comunicación relativamente rápido (Martins, 2017b; Oliveira, 2017). Siguiendo a Martins (2017b, p. 27), la relevancia histórica de la postal sobrepasa sus efectos en términos de comunicación interpersonal. Además de la difusión de mensajes, la carta postal fue particularmente significativa por las imágenes que fijó, la publicidad de las artes, pasando por los paisajes turísticos y el registro propagandístico. En relación con las imágenes que fijan las postales, hay que destacar la imagen propia, pues la postal, al no ser exclusivamente turística (a diferencia de los folletos, por ejemplo), refleja no solo la identidad del lugar para el otro (el turista, viajero, etc.), sino también la identidad del lugar para los propios residentes. La construcción social de las identidades locales en los destinos turísticos se forma, paradójicamente, en relación con el turismo. Es decir, como refería Estévez (2011), el turismo es el principal consumidor de los lugares históricos y patrimoniales, por lo que es él mismo quien lanza a las sociedades a construir el patrimonio. En sus palabras, “el patrimonio utilizado como recurso turístico no consiste tanto en dar a conocer a

<sup>1</sup> La *Política do espírito* consistió, a grandes rasgos, en un esfuerzo de política cultural centrado en la constitución de “um Portugal de alma antiga e sensibilidade nova”, en palabras de António Ferro, su principal impulsor (*apud* Mariz, p. 37). Como señala Torgal (2009, p. 79), se trataba de una interpretación de la “cultura del régimen” que, si bien no era una cultura oficial monolítica, era una “cultura integrada” en sus valores.

<sup>2</sup> Alijó, Armamar, Carrazeda de Ansiães, Freixo de Espada à Cinta, Lamego, Mesão Frio, Moimenta de Beira, Murça, Penedono, Peso da Régua, Sabrosa, Santa Marta de Penaguião, São João da Pesqueira, Sernancelhe, Tabuaço, Tarouca, Torre de Moncorvo, Vila Nova de Foz Côa y Vila Real.

los turistas los rasgos identitarios locales como en adaptarlos a sus expectativas” (Estévez, 2011, p. 167). En este proceso de comercialización del patrimonio, las gentes locales acaban siendo “turistas” que consumen lo que, en teoría, les era propio e inalienable.

## 2. Objetivos y metodología

Este trabajo tiene como objetivo principal establecer una comparación entre la imagen del Portugal salazarista y la imagen proyectada en un conjunto de 570 postales recogidas en 15 de los 19 municipios de la región Douro<sup>3</sup>, con la intención de ver si hay continuidades en los motivos reproducidos en estas postales o si, por el contrario, hay una ruptura significativa en los temas representados. Para cumplir con este objetivo, la metodología empleada ha sido esencialmente cualitativa.

La caracterización de la imagen del Portugal salazarista se ha realizado a partir de una revisión de bibliografía específica sobre la *Política do espírito*. Por su parte, el conjunto de postales actuales nos presenta una imagen global del Douro, pero sin perder de vista las especificidades que caracterizan a cada uno de los municipios que componen la región. Las postales fueron compradas o conseguidas en distintos tipos de establecimientos o instituciones, desde papelerías hasta cámaras municipales, pasando por museos, puestos de turismo, kioscos, tiendas de souvenirs, librerías e incluso cafeterías. Asimismo, se desplegaron en el campo técnicas observacionales y conversacionales. Fundamentalmente se desarrollaron conversaciones informales con el personal de cada uno de los puestos de venta sobre la compra y el consumo de las postales. Prácticamente todas las personas con las que hablamos nos indicaron que apenas vendían postales. Teniendo esto en cuenta, no nos sorprende que la mayor parte de las postales del conjunto sean de la década de los noventa y de la primera del presente siglo, siendo poco frecuentes las postales de nueva edición.

Para el análisis de las postales hemos empleado una ficha de registro, que es el resultado de una adaptación de un modelo de ficha de registro fotográfico facilitado por Agustín Santana y la ficha propuesta para la normalización de los folletos que proponen Díaz, Rodríguez y Santana (2010). A continuación, se presenta la ficha empleada a lo largo de la investigación.

<sup>3</sup> La distribución de las postales por cada municipio es la siguiente: Alijó (36), Armamar (2), Carrazeda de Ansiães (0), Freixo de Espada à Cinta (0), Lamego (104), Mesão Frio (11), Moimenta da Beira (15), Murça (19), Penedono (25), Peso da Régua (146), Sabrosa (0), Santa Marta de Penaguião (11), São João de Pesqueira (3), Sernancelhe (1), Tabuaço (15), Tarouca (13), Torre de Moncorvo (29), Vila Nova de Foz Côa (18) y Vila Real (121).

Nº de registro		Fecha de cumplimentación	
Fecha de la postal		Municipio de la postal	
Fuente de la imagen		Nombre de archivo	
Lugar de compra		Editora	
Lugar que representa		Número de postales recogidas en el municipio	
Datos técnicos	Formato (Foto/dibujo/grabado/mapa)	Color/B-N	Filtros (S/N) Personas (S/N)
	Plano	General - medio - corto - detalle	
	Punto de vista	Normal - picado - contrapicado	
	Tonalidad	Cálida - fría - saturada - suave	
	Otros		
Tipo de turismo al que se adscribe (X)			
Enoturismo	Cultural	Naturaleza	Deporte
Salud	Rural/agroturismo	Gastronómico	Arqueológico
Histórico	Religioso	Náutico	Indiferenciado
Descripción	Plano general		
	Elementos físicos destacables		
	Detalles destacables		
	Actores		
	Procesos - acciones		
	Otros		
Utilización de elementos patrimoniales en la imagen (X)			
Artesanía tradicional	Gastronomía	Edificios religiosos	Edificios singulares
Ganadería	Agricultura	Fiestas	Espacios naturales
Espacios rurales	Patrimonio arqueológico	Patrimonio histórico	Trajes y costumbres
Deporte	Vino	Arte	Embarcaciones
Otro			
Valores añadidos (X)			
Direcciones útiles	Teléfonos útiles	Información adicional	Otro
Palabras-clave			
Relación con otras fichas			
Inferencias y comentarios			

**Ilustración 1**  
Ficha de registro postal

Fuente: Elaboración propia.

Como puede observarse, la ficha está distribuida en varios apartados. En primer lugar, se presentan los datos identificadores de cada postal (número de registro, fecha de cumplimentación de la ficha, fecha de la postal, lugar de compra, etc.). En segundo lugar, se han recogido una serie de datos técnicos referidos a las imágenes (formato, plano, punto de vista, tonalidad y otros). En tercer lugar, se presentan los tipos de turismo a los que podría corresponder la imagen analizada. En este apartado se han añadido algunos tipos propios de la zona de recogida de las postales (como el enoturismo o el turismo náutico). En cuarto lugar, se sitúa un apartado de descripción elemental de la imagen. En quinto lugar, se presentan una serie de ítems que contemplan la utilización de diversos tipos de elementos patrimoniales. En sexto lugar, los posibles valores añadidos que pueda contener la postal tanto en el verso como en el reverso (números de teléfono, direcciones, mapas...). En séptimo lugar, las palabras clave que permiten identificar y buscar la postal en función de sus marcadores. En octavo lugar, la relación con otras fichas, que puede ser de interés para aquellas postales que pertenezcan a alguna colección específica (fotografías de un fotógrafo concreto, ediciones especiales, series de postales...). Por último, en comentarios e inferencias se realizan aportaciones más subjetivas acerca de las imágenes que se reproducen en las postales.

La utilización de la ficha permite no solo normalizar los datos y hacerlos más manejables, sino que además posibilita trabajar sin disponer de las postales físicamente. Una ficha correctamente cumplimentada nos permite hacernos una idea de la imagen de la postal sin tenerla directamente frente a nosotros. Cabe añadir que, como complemento a la ficha de normalización de las postales, se ha empleado el *Excel* para registrar la distribución de las postales por municipios, así como la distribución de las categorías de análisis. Dichas categorías tienen como base las temáticas más recurrentes de la propaganda salazarista (folklore, patrimonio religioso, patrimonio cultural, paisajes rurales, ganadería y agricultura tradicionales) y algunas que son específicas de la región duriense (como las categorías Douro y cultura *vinhateira*). Además de estas categorías, hemos añadido otras consideradas por su importancia (transporte y paisajes naturales), asimismo, hemos dejado espacio a otras temáticas añadiendo la categoría “otros”. A continuación, pasamos a explicar brevemente cada una de las categorías presentes en nuestro análisis.

El folklore entendido como la cultura material e inmaterial de una sociedad, abarca, en nuestro análisis, aquellas imágenes que hacen referencia a las tradiciones y costumbres (familia, ocupaciones, celebraciones, fiestas, trajes regionales, música, danza, artesanía, etc.). Según Santos (2008), el folklore constituía un



instrumento simbólico del *Estado Novo*. Dentro de la categoría folklore, hemos considerado como subcategoría la “ganadería y agricultura tradicionales” por ser las dos actividades económicas que más se observan en el conjunto de postales objeto de estudio. Por su parte, con patrimonio cultural nos referimos a aquellos elementos del patrimonio cultural construido y artístico, ya sea histórico, arqueológico o contemporáneo. En cuanto a la categoría de patrimonio religioso, bien podría entrar dentro de la categoría patrimonio cultural, sin embargo, hemos decidido considerarla como una categoría aparte por tener una gran representación en el conjunto de las postales. Con patrimonio religioso hacemos referencia a todo aquel patrimonio (desde arquitectura hasta escultura o pintura, entre otras artes) que esté relacionado con la religión católica.

Otra de las categorías es la que se refiere a los paisajes rurales (estos incluyen, principalmente, paisajes *vinhateiras* y vistas parciales de los diversos pueblos). A este respecto, Graça dos Santos indica que el discurso ideológico de Salazar ensalzó constantemente el ruralismo y las aldeas presentadas como “(...) feitas de ingenuidade mista de simplicidade” (Santos, 2008, p. 64). La otra cara de la moneda sería la categoría de paisajes naturales, que inevitablemente va de la mano con la categoría de paisajes rurales, ya que gran parte de las montañas que se alzan en la región están cubiertas de *socalcos* y cultivos. Asimismo, otros elementos como el río, que podemos considerar dentro de esta categoría, se ven constantemente alterados por la presencia de embarcaciones, puentes o presas.

Por último, hemos considerado como categorías específicas del conjunto de postales, por su enorme relevancia y frecuencia de aparición, la cultura *vinhateira* y el *Douro* (en sus variables de río y referencia a la región). La tercera categoría específica es la que se refiere a los transportes (que son fundamentalmente dos: los cruceros y los trenes). Finalmente, dentro de la categoría “otros” entran tópicos de menor frecuencia como los deportes, la publicidad, los turistas y el turismo o las estaciones del año.

### **3. De la imagen salazarista de Portugal a la imagen actual de las postales ilustradas de la región duriense**

Como venimos diciendo, la cuestión de la identidad juega un papel importante en el estudio del sistema turístico, ya que, idealmente, la imagen del destino debería partir de la imagen propia, del perfil que los grupos locales “proyectan de su área (territorio, historia, creencias, lengua, actividades, productos, etc.) en la construcción de la identidad del destino” (Santana, 2015, p. 40). Asimismo, Santana afirma

que “los efectos socioculturales sobre poblaciones locales de imágenes ajenas a sí mismas se dejan sentir a medio plazo, modificando patrones y rasgos conductuales, valores y relaciones, reconstruyendo las identidades locales” (2015, p. 40). Resulta pertinente, por tanto, la incorporación de la imagen propia del lugar partiendo del análisis de los grupos residentes en el destino. No se pretende evitar la modificación de patrones y rasgos conductuales, valores y relaciones, ni de suponer que exista la posibilidad de que una cultura sea inalterable. Las culturas son, desde luego, susceptibles de cambio, y de hecho el cambio acontece. No obstante, y dado que las concepciones acerca de un grupo cultural, independientemente de su objetividad, pueden tener reflejo en sus comportamientos, conviene llevar a cabo estudios que nos permitan monitorear y predecir, en la medida de lo posible, el efecto de los impactos culturales de las actividades turísticas.

La cuestión de la identidad de Portugal ha estado presente desde, por lo menos, el siglo XIX.<sup>4</sup> A finales del siglo XIX y a principios del XX asistimos a las discusiones sobre los orígenes de la “raza portuguesa” y sobre su condición aria (Torgal, 2009, p. 28). Durante el régimen salazarista se impulsó una política de restauración de valores históricos, en la que se enseñaba “que Portugal é a mais bela, a mais nobre e a mais valiosa das Pátrias, que os portugueses não podem ter outro sentimento que não seja o de Portugal acima de tudo”, y se destacaban, como valores “fundamentais da vida social”, la “Família”, la “Fé”, el “Princípio de autoridade”, la “Firmeza do Governo”, el “Respeito da hierarquia” y la “Cultura literária e científica” (Loff, 2008, p. 224). Después del 25 de Abril, Onésimo Almeida señala que la cuestión de la identidad portuguesa sufrió un repunte, y “foi sobretudo entre 1976 e 1980 que essa obsessão se manifestou com maior veemência” (Almeida, 2018, p. 30).

No ha lugar aquí para el análisis teórico de conceptos como identidad o identidad nacional, pero sí nos gustaría destacar cómo, en el juego de identificaciones internas, en Portugal se han planteado tradicionalmente una serie de oposiciones espaciales: la oposición entre el norte y el sur del país; la oposición entre el litoral y el interior; y la oposición entre las regiones más dinámicas (demográfica y económicamente) y el resto de regiones (Ferrão, 2002). Además, también entran en juego las oposiciones políticas: un Portugal “*atrasado, adiado, obsessivamente colonial, atlântico e anticastelhano*”, hoje passivamente *européu*, dentro do qual se integra tão perfeitamente o lugar comum da expressão ‘viver habitualmente’ que tanto se vai buscar a Salazar, com os seus cromatismos suaves de *autocracia benigna*,

no dizer dos diplomatas britânicos, por exemplo”; frente a este, también aparece otro Portugal “liberal, civilista, genuinamente progressista, *modernista*, precocemente republicano, anticlerical e anarcossindicalista, *uropeísta* e até *iberista*, dentro do qual cabe também a recusa de uma identidade nacional impossível se também não o for colonial (...)” (Loff, 2008, pp. 58-59). En fin, identidades políticas que condicionan la idea de país. No cabe duda de que las identidades son plurales y moldeables, siendo influenciadas por múltiples factores (Korsgaard, 2009), incluyendo el turismo (que hace proliferar pasados inventados, imaginados, re-creados, y comercializa la nostalgia por medio del patrimonio) (Estévez, 2011, pp. 167-172). El hecho de que las identidades estén en movimiento hace oportuno el estudio de las mismas desde una perspectiva diacrónica. En este sentido, señala Linda Raby que

Quando um regime perdura durante tanto tempo, os seus valores, acções e instituições são assimilados pela cultura nacional, o mesmo acontecendo com os valores, acções e instituições da resistência. Portugal é Salazar, a Legião, a PIDE, tradição, submissão e conformismo, na mesma medida em que é PCP, conspiradores republicanos, Humberto Delgado, fraternidade, protesto e revolução (Raby, 1990, p. 23 *apud* Loff, 2008, p. 58).

Por esto mismo, entender la imagen propia requiere considerar el problema de la identidad desde una perspectiva diacrónica, que atiende a la complejidad tanto de la imagen como, más ampliamente, de la identidad del lugar. Antes de pasar a analizar las postales actuales de la región Douro, caracterizaremos brevemente la política identitaria del Portugal de Salazar a partir de la *Exposição do Mundo Português*, de 1940, que jugó un papel central en la política de restauración de valores históricos del *Estado Novo* portugués (Loff, 2008, p. 206). Las conmemoraciones centenarias de 1940 tuvieron lugar en Belém, junto al Tajo, y en ellas “Passado, Presente e Futuro, representados numa continuidade serena de ‘oito séculos de história’, são apresentados ao país e ao mundo pelo ‘grande documentário de civilização’ que é a Exposição” (Pires, 2002, p. 42). El *Estado Novo* llevó adelante una política de propaganda que trataba de recuperar, por medio de una revisión historicista, los valores históricos que quedaron plasmados en la *Exposição*, fundamentalmente “fé” e “império”. En línea con esto, y en relación con el objeto de análisis (las postales) que estamos estudiando, señala Martins que “(...) não podemos deixar de salientar que as máquinas de propaganda política forçaram o postal a servir interesses ideológicos, o que muito contribuiu para a sua constituição como importante repositório visual de uma dada cultura” (Martins, 2017b, p. 28).

En el caso de Portugal, esto queda claro con la contribución de las postales ilustradas, específicamente editadas para marcar la *Exposição do Mundo Português*

(1940, Lisboa). Destacaba, sobre todo, el propósito de exhibir a la nación portuguesa como o “país-enquanto-eterna-aldeia” (Calado, 1981, p. 23). Según Santos (2008, p. 70), esta utilización de la ruralidad con fines ideológicos es concomitante con un proceso de apropiación y recreación de las tradiciones populares, a partir de los años 30, momento en el que se pretende implantar un marco político de consolidación del régimen salazarista. Asimismo, como apunta Martins (2017b, p. 28), todavía se presentan los “sonhos de caravelas”, se mira recurrentemente a la época de los descubrimientos, y se presenta la imagen de un país que va más allá de sus fronteras terrestres en la Península Ibérica, “um país imperial”, con una patria “una, multirracial e pluricontinental”. Esta conexión entre las postales y la propaganda ideológica no es exclusiva del caso portugués. También en la España franquista se produjo este fenómeno, como muestra Arribas (2019). Otros casos son el inglés y el francés, como señala Martins (2017b).

Además de las postales y la *Exposição*, la propaganda del *Estado Novo* se materializó también a través de otros medios como el cine, por medio del noticiario cinematográfico *O Jornal Português*, patrocinado por el SPN y el posterior Secretariado Nacional da Informação (SNI) (Braga, 2005); o la radio, acerca de la cual Henrique Galvão expresaba lo siguiente: “Em resumo: a Emissora Nacional, realização do Estado Novo, é hoje como mais um soldado que se alista, uma força ao serviço do Estado Novo” (*apud* Torgal, 2009, p. 154). Sobre el *Jornal Português*, el estudio de Braga (2005) nos proporciona, además, una serie de categorías temáticas que nos sirven como punto de partida para analizar el conjunto de postales que tenemos disponibles. Estas categorías sintetizan lo dicho hasta el momento sobre la *Política do espírito*, centrada en la religión católica, el imperio o lo pintoresco.

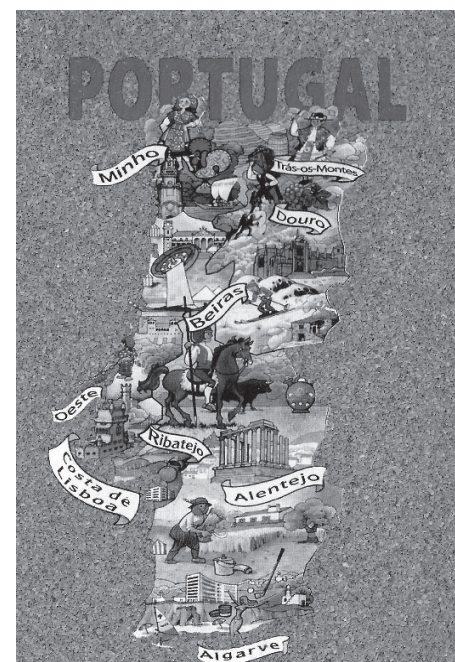
#### 4. La región Douro a través de sus postales

Antes de pasar al análisis de las imágenes reproducidas en las postales, se torna necesario hacer referencia al Douro como entidad territorial. En términos administrativos, el Douro constituye una subregión (NUT-III) enmarcada en la NUT-II Norte de Portugal. En dicha subregión hallamos una gran diversidad de recursos naturales y culturales. Si bien esta región se caracteriza por una especial diversidad de recursos, hay autores que han señalado que el Douro es una de las regiones portuguesas con mayor unidad de paisaje, de civilización y de costumbres (Matoso, 2017, p. 192). No obstante, otros autores destacan la ambigüedad y diversidad en el Douro, sobre todo, en relación a las áreas de Trás-os-Montes y de las Beiras (Bernardo, 2018, p. 10).

Como puede verse en la postal de corteza mostrada, la unidad del paisaje duriense está representada por el espectáculo de los *socalcos* y de las viñas, presentes en el imaginario de todos los portugueses, así como de los turistas que visitan la región. Es muy difícil no sorprenderse ante la visión de una obra de tal dimensión, tallada durante siglos por miles de manos. Este grandioso espectáculo, dice Mattoso (2017, p. 202), es la imagen de marca del Douro, la cual inspiró a casi todos los autores de la literatura portuguesa y a muchos pintores de finales del siglo XIX y de la primera mitad del siglo XX. Además, fotógrafos de gran renombre, como Domingos Alvão, registraron imágenes fascinantes de estos parajes. De hecho, es destacable que más de 25 postales del conjunto tratado reproducen fotografías del propio Domingos Alvão y de Álvaro Azevedo. Sin embargo, tras la magnificencia de estas imágenes tomadas en plena dictadura fascista de Salazar, se contribuyó a “(...) ocultar a dura esclavatura dos trabalhadores durienses por detrás de um mito folclórico em que sobressaíam as ruidosas ‘rogas’ para angariar trabalhadores, as animadas vindimas ao som do acordeão e as ‘chulas’ dos domingos” (Mattoso, 2017, p. 203). La postal que se muestra a continuación no solo constituye un reflejo perfecto de las palabras de José Mattoso, sino también de las imágenes propagandísticas de la Casa do Douro y del régimen salazarista.

### Ilustración 2

Las regiones portuguesas y sus estereotipos



Fuente: Editor desconocido.



Fuente: Objecto Anónimo (ed.).

### Ilustración 3

El *tocador de roga*, por Álvaro Azevedo

A las imágenes idílicas que se mostraban del Douro por parte de los fotógrafos del régimen, literatos como Miguel Torga respondían coléricamente que “O Doiro dos barcos rabelos de calendário e dos socialcos fotogénicos, o Doiro dos cartazes comerciais e dos lordes em climatério, é uma mentira. O verdadeiro Doiro, rio e região, é a ferida do lado de Portugal” (Miguel Torga, 1950 *apud* Matoso, 2017, p. 203). Podríamos preguntarnos si Miguel Torga diría lo mismo al ver las postales ilustradas de la región duriense que circulan actualmente, ya que, además de reproducir muchas de las fotografías de la Casa Alvão, también presentan una imagen bucólica de la región. De hecho, aunque en menor medida desde la expansión de internet, las postales contribuyen a fijar determinadas imágenes de los paisajes turísticos y, por supuesto, son un escaparate propagandístico y publicitario. En el conjunto analizado encontramos publicidad no solo de grandes marcas de vino como Sandeman o Warre’s, sino también de algunas importantes empresas de cruceros fluviales como Tomaz do Douro.

Como mencionamos en el apartado de metodología, para el estudio de las imágenes reproducidas en el conjunto de postales analizadas se han utilizado una serie de categorías planteadas al comienzo del análisis del contenido, así como otras que han surgido del propio análisis de la muestra. Las diez categorías pueden superponerse en una misma imagen, por lo que no debemos considerarlas como compartimentos cerrados. En la tabla que presentamos a continuación se recoge el número de veces que aparece representada cada una de las categorías en el conjunto total de las postales.

**Ilustración 4**  
Frecuencia de aparición  
de las categorías

Categorías	N.º de postales: X/570
Folklore	122
Patrimonio cultural	231
Patrimonio religioso	113
Ganadería y agricultura tradicionales	58
Paisajes naturales	209
Douro	228
Paisajes rurales	185
Cultura <i>vinhateira</i>	233
Transportes	86
Otros	225

Fuente: Elaboración propia.

Atendiendo a los resultados presentados en la tabla anterior, observamos que las categorías relacionadas con el patrimonio cultural y religioso (344), así como las refe-

ridas a los paisajes naturales y rurales (394) son las que tienen una mayor representación en nuestra muestra. Asimismo, destacan también las categorías Douro (228) y cultura *vinhateira* (233). En esta última abundan sobre todo imágenes de paisajes *vinhateiras* y representaciones de alguna de las fases de la producción vinícola (vendimia, pisado de la uva, transporte del vino...). Por su parte, las categorías folklore (122) y ganadería y agricultura tradicional (58) se encuentran estrechamente vinculadas, puesto que en las segundas suele presentarse a personas vestidas con trajes regionales (como las *croças*) o bien a vendimiadores desarrollando sus actividades de manera tradicional. Por lo general, se muestra una vida rural idealizada y simplificada.



**Ilustración 5**  
Vestimenta regional (*croça*)

**Fuente:** Cristina Duarte Editores ([www.postaisdeportugal.com](http://www.postaisdeportugal.com)).

En cuanto a la categoría transporte, en la que se incluyen los cruceros fluviales y los trenes, vemos cómo son los primeros los que tienen un papel más destacado, pues aparecen en 73 ocasiones. Son sumamente interesantes las imágenes en las que salen ambos medios, ya que junto al transporte rodoviario son los dos medios más importantes para llegar a la región. Podríamos decir que el tren representa lo tradicional en tanto que se vende como *combóio histórico*, mientras que el crucero fluvial hace referencia a lo moderno. Aquí, cabe mencionar que, en ciertos puntos de venta, como el restaurante de la Estación de Peso da Régua, las postales que menos

se vendían según nos indicó el regente de la cafetería en conversación mantenida el 23 de abril de 2019 eran aquellas en las que aparecían los cruceros navegando por el río Douro, mientras que las más vendidas eran las postales de los *combóios históricos*.

### Ilustración 6

Atravesando el Douro,  
entre lo nuevo y lo viejo



Fuente: Nunes de Almeida Editores ([www.postaisdeportugal.com](http://www.postaisdeportugal.com)).

Dentro de la categoría “otros” entran tópicos de menor frecuencia como los deportes, la publicidad, el turismo, las estaciones, etc. Por ejemplo, en lo que se refiere al mundo deportivo, encontramos varias postales que muestran no solo las piscinas municipales, sino también complejos deportivos y campos de fútbol, como el de Torre de Moncorvo. En cuanto a la publicidad, como ya hemos mencionado, se encuentran en algunas postales referencias a dos grandes marcas de vino (Sandeman y Warre’s), así como a una importante empresa de cruceros fluviales (Tomaz do Douro). El tópico turismo está estrechamente ligado a la aparición de cruceros fluviales y otro tipo de embarcaciones turísticas. Es muy extraña la postal en la que aparezcan turistas fuera de dichas embarcaciones. Por último, queremos volver a destacar el conjunto de más de 25 postales que reproducen fotografías de los dos grandes fotógrafos de la Casa Alvão, Domingos Alvão y Álvaro Azevedo.

Tal y como señalamos al inicio de este apartado, las postales ilustradas adquiridas en los 15 municipios nos dan valiosa información sobre la imagen global que se



proyecta de la subregión Douro. Pero, además, nos muestran las especificidades de los mismos, ya que la distribución de las categorías varía enormemente dependiendo del lugar de recogida. Antes de pasar a comentar brevemente las particularidades de cada municipio representado en la muestra, hemos de indicar que en Freixo de Espada à Cinta y en Sernancelhe no había postales a la venta. Aunque de este último municipio contamos con una postal editada por *Postais de Portugal*, que reproduce una fotografía de Nossa Senhora da Lapa, de Cristina Duarte, conseguida a través de internet.

Podemos dividir los municipios en dos grupos: de un lado, tenemos aquellos municipios que tienen postales solo de su propio territorio y, del otro, se sitúan los que, además de tener postales sobre su territorio, tienen postales de otros municipios de la subregión Douro y de otros lugares de Portugal. Los municipios que solo presentan postales de su territorio son los siguientes: Mesão Frio, Murça, Penedono, Santa Marta de Penaguião, São João da Pesqueira, Tabuaço y Tarouca. Por su parte, los que también tienen postales de otros lugares son Alijó, Armamar, Lamego, Moimenta da Beira, Peso da Régua, Torre de Moncorvo, Vila Nova de Foz Côa y Vila Real. De hecho, aunque no tengamos postales recogidas de los municipios de Carrazeda de Ansiães, Freixo de Espada à Cinta, Sernancelhe y Sabrosa, en algunas postales de este segundo grupo aparecen representadas imágenes de dichos municipios. Dos ejemplos son los que mostramos a continuación. Las postales que se presentan se enmarcan en la colección 7 Douros, editada por el *Museu do Douro*.



Fuente: Edición del Museo del Douro.

#### Ilustración 7

Carrazeda de Ansiães:  
vendimiadores



Fuente: Edición del Museo del Douro.

**Ilustración 8**  
Sabrosa: una imagen de la agricultura tradicional

Dentro de los municipios que solo contienen postales de su propio territorio predominan las categorías de patrimonio cultural y de patrimonio religioso. Es característico el caso de Penedono, cuyas postales están focalizadas en mostrar el patrimonio histórico medieval del lugar. Otros municipios como Murça, están también centrados en mostrar su propio patrimonio cultural. En los casos de Santa Marta de Penaguião, Tabuaço y Tarouca se trata de mostrar, además del patrimonio cultural, el patrimonio religioso que constituye un gran atractivo en los tres. También aparecen con cierta frecuencia imágenes de paisajes rurales y de cultura *vinhateira*.

En el segundo grupo de municipios, constituido por aquellos que presentan imágenes que van más allá de sus fronteras municipales, observamos un predominio de las categorías Douro y cultura *vinhateira*, a las que le siguen las referidas a paisajes naturales y rurales, patrimonio cultural y folklore. Esta tendencia a reproducir imágenes relacionadas con el río Douro y la cultura *vinhateira* puede explicarse por el motivo de que las tres ciudades que componen el eje urbano del Douro se incluyen en este grupo. Asimismo, se encuentran municipios como Alijó, Vila Nova de Foz Côa y Torre de Moncorvo que tienen determinados atractivos que llaman la atención de los visitantes: desde la Estación de Pinhão hasta la Iglesia Matriz de Moncorvo, que es una de las mayores de Trás-os-Montes e Alto Douro, pasando por los importantes yacimientos arqueológicos encontrados en la década de los noventa en Vila Nova de Foz Côa.

## 5. Conclusiones

Las ideas enunciadas a lo largo de este capítulo constituyen, indudablemente, apuntes tentativos que requerirían una lectura y un trabajo mucho más profundos, así como una mayor sistematización teórico-metodológica, que nos permita construir categorías más sólidas para una mejor comparación de la imagen proyectada por el régimen fascista de Salazar y la imagen proyectada actualmente en las postales ilustradas de la región duriense. Es preciso mencionar, además, que desconocemos el universo de postales disponibles, por lo que este trabajo no es definitivo, sino tan solo una aproximación sujeta a revisión.

Como señala Oliveira, “cremos que os postais ilustrados, quer como meios de comunicação, quer como expressões artísticas, são manifestações autênticas de um imaginário, cujos elementos distintivos estão ainda por explorar” (Oliveira, 2017, p. 51). No obstante, nos parece que el trabajo realizado nos permite adelantar algunas conclusiones y dar una cierta base empírica a determinadas intuiciones. Tal y como hemos mostrado, algunos de los tópicos más recurrentes durante el salazarismo fueron la religión, el folklore, la vida rural, etc. Se trataba, como señala Graça dos Santos, de “pôr em conformidade o país ficção em forma de bilhete postal, que o Estado Novo quer divulgar com as manifestações artísticas produzidas pelos serviços de propaganda” (Santos, 2008, p. 65).

Notamos en las postales actuales, que algunos de estos temas se mantienen, como la religión, el folklore, el apelo a un modo de vida tradicional, que idealiza al pueblo y la vida rural. El medio rural se asocia con la armonía y con la autenticidad de la existencia campestre, manteniéndose la estética salazarista en estos aspectos, llegando a reproducirse en los billetes postales fotografías de fotógrafos afines al régimen, como Domingos Alvão y Álvaro Azevedo. Resulta interesante también, aunque no pase de lo anecdótico, la referencia al deporte, muy tenido en cuenta por los regímenes fascistas, y que aparece en algunas postales del conjunto. Se destaca, además, la presencia de gran cantidad de postales en las que aparecen figuras humanas de forma intencionada, presentadas por medio de fotografías “etnográficas”. En relación con esto, hay que señalar que la antropología y la etnografía fueron muy utilizadas por el régimen de Salazar con el fin de orientar y organizar el folklore nacional, manteniendo como principios la etnografía, la tradición y el regionalismo (Pires, 2002, p. 39).

En definitiva, el trabajo permite apreciar que son muchas las continuidades entre la imagen del Portugal de Salazar y la que aún hoy se presenta por medio de las postales en los municipios de la subregión duriense, aunque se observen también algunas rupturas, como la ausencia lógica de la idea de imperio y de las colonias y la “multirracialidad”, así como tampoco aparecen “figuras y actos del régimen”. Asimismo, podemos concluir que las imágenes que se proyectan de la subregión del Douro a través de las postales nos muestran, como apuntaba el historiador José Mattoso, unidad de paisaje y de costumbres, pero también nos hacen ver la gran diversidad y riqueza de recursos que hay en la región duriense.

## Bibliografia

- Almeida, O. T. (2018). *A obsessão da portugalidade - Identidade, língua, saudade & Valores*. Lisboa: Quetzal Editores.
- Arribas, C. (2019). La imagen moderna de España en los años 60 a través de las postales turísticas. In R. T. Molero, & C. Milano (Eds.), *De dos orillas: Imagen y experiencia en el turismo* (pp. 59-81). Tenerife: PASOS EDITA, RTPC.
- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868-897.
- Bernardo, E. (Ed.) (2018). *Para um enfoque territorial do turismo no Douro*. Tenerife: PASOS EDITA, RTPC.
- Braga, R. (2005). O Jornal Português (1938-1951): Veículo de propaganda cinematográfica de um país nas margens da guerra. *Prisma.com: Revista de Ciências e Tecnologias de Informação e Comunicação*, 1, 128-174. <https://ojs.letras.up.pt/index.php/prisma.com/article/view/2150/1983>
- Calado, M. (1981). O Estado Novo e as artes. *Arte e Opinião*, 14, 17-23.
- Díaz, P., Rodríguez, A. J., & Santana, A. (2010). El análisis de la imagen proyectada: Una propuesta para la normalización de folletos y web turísticas. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(1), 211-218. <http://dx.doi.org/10.25145/j.pasos.2010.08.016>
- Estévez, F. (2011). Guanches, magos, turistas e inmigrantes: Canarios en la jaula identitaria. *Revista Atlántida*, 3, 145-172. <http://riull.ull.es/xmlui/handle/915/10371>
- Ferrão, J. (2002). Portugal, três geografias em recombinação: Especialidades, mapas cognitivos e identidades territoriais. *Lusotopie*, 9(2), 151-158.
- Gallarza, M. G., Saura, I. G., & García, H. C. (2002). Destination image. Towards a conceptual framework. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 56-78. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00031-7](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00031-7)
- Korsgaard, C. (2009). *Self-constitution. Agency, identity, and integrity*. Oxford: Oxford University Press.
- Loff, M. (2008). *O nosso século é fascista! O mundo visto por Salazar e Franco (1936-1945)*. Porto: Campo das Letras.
- Mariz, V. F. (2011). O desenvolvimento do turismo em Portugal pela “política do espírito” de António Ferro (1932-1949). *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 16, 35-48. <https://doi.org/10.34624/rtd.voi16.13363>
- Martins, M. L. (2017a). Os mundos de um postal. In M. L. Martins (Ed.), *Os postais ilustrados na vida da comunidade* (pp. 5-14). Braga: CECS.
- Martins, M. L. (2017b). Os postais ilustrados e o contemporâneo. In M. L. Martins (Ed.), *Os postais ilustrados na vida da comunidade* (pp. 27-37). Braga: CECS.
- Mattoso, J., Daveau, S., & Belo, D. (2017). *Portugal. O sabor da terra. Um retrato histórico e geográfico por regiões*. Maia: Círculo de Leitores e Temas e Debates.
- Oliveira, M. (2017). O imaginário lusófono na expressão dos postais ilustrados. In M. L. Martins (Ed.), *Os postais ilustrados na vida da comunidade* (pp. 39-52). Braga: CECS.
- Pereiro, X., & Fernandes, F. (2018). *Antropologia e turismo: Teorias, métodos e praxis*. Tenerife: PASOS, RTPC.

- Pires, E. C. (2002). *O baile do turismo. Narrativas turísticas e discursos de propaganda durante a "Política do espírito" (1933-1949)* [Tese de mestrado, Universidade de Évora]. <http://hdl.handle.net/10174/15202>
- Santana, A. (1997). *Antropología y turismo. ¿Nuevas hordas, viejas culturas?*. Barcelona: Editorial Ariel, S. A.
- Santana, A. (2015). Imaginando la imagen en turismo: Un viaje de ida y vuelta. *Revista de Antropología Experimental*, 15, 37-53. <https://doi.org/10.17561/rae.voi15.2364>
- Santos, G. (2008). "Política do espírito": O bom gosto obrigatório para embelezar a realidade. *Media & Jornalismo*, 12, 59-72.
- Torgal, L. (2009). *Estados novos, estado novo. Ensaios de História política e cultural*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Urry, J. (2004). *La mirada del turista*. Lima: Escuela Profesional de Turismo y Hotelería, Universidad de San Martín de Porres.