



desde 1840
abreu®



Agência Abreu

A primeira agência de viagens no mundo a abrir um estabelecimento de atendimento ao público foi fundada em 1840, na cidade do Porto, por Bernardo Luís Vieira de Abreu.

Não obstante os embates do tempo e da História, a Empresa permanece, até aos nossos dias, propriedade dos descendentes diretos do fundador.

Esta obra vem homenagear o universo de clientes, parceiros e colaboradores, tripé de excelência em que assenta o êxito da marca ABREU, que continua a reinventar-se em Portugal, no Brasil, em Angola e no mundo.

A Administração

AGÊNCIA ABREU
UMA VIAGEM DE 175 ANOS





BERNARDO LUÍS VIEIRA DE ABREU

Fundador da AGÊNCIA ABREU em 1840

Título

Agência Abreu – Uma Viagem de 175 Anos

Autores

Fernando de Sousa

Maria da Conceição Meireles Pereira

Esquemas Genealógicos

António Pestana de Vasconcelos

Cronologia

Ricardo Rocha

Coordenação

José Quintas do Couto

Colaboração

António Pedro Ferreira

Direção Editorial

Alberto Machado

Projeto Gráfico

Departamento de Design da Agência Abreu

Impressão e Acabamento

Printer Portuguesa – Indústria Gráfica S.A.

1.ª Edição

novembro de 2015

Depósito Legal

401656/15

ISBN

978-989-99474-0-5

© **Todos os direitos reservados – Viagens Abreu S.A.**

Este texto foi escrito ao abrigo do novo Acordo Ortográfico

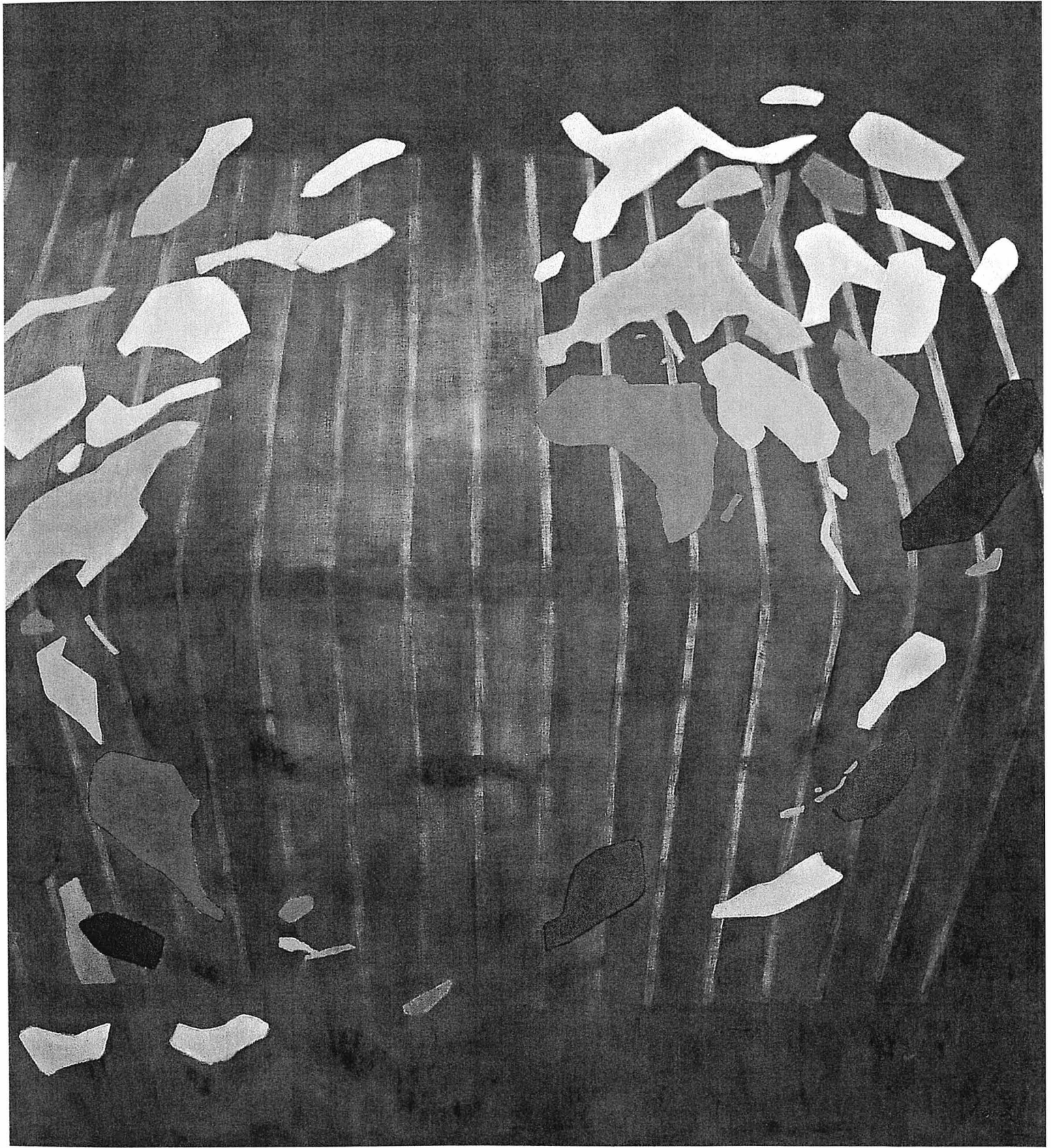


13	INTRODUÇÃO
25	CAPÍTULO 1 O Turismo – algumas considerações históricas
41	CAPÍTULO 2 As origens da Agência Abreu e o seu fundador Bernardo Luís Vieira de Abreu
47	2.1. Bernardo Luís Vieira de Abreu – um minhoto entre o Porto e a Bahia?
59	2.2. A Casa Comercial embrião da Agência Abreu
62	2.3. A diáspora brasileira dos filhos de Bernardo Luís Vieira de Abreu
88	2.4. Bernardo Luís Vieira de Abreu – balanço de uma vida
92	2.5. A emigração portuguesa para o Brasil ao tempo de Bernardo Luís Vieira de Abreu – da independência brasileira ao 3.º quartel do século XIX
101	CAPÍTULO 3 A continuação da acreditada Casa Abreu sob a direção de Daniel Luís Vieira de Abreu – A Agência Abreu na 2.ª Geração (1870-1902)
109	3.1. A Casa Abreu no último quartel do século XIX sob a gestão de Daniel Luís Vieira de Abreu
118	3.2. Diversificação dos negócios da Casa Abreu e constituição de uma sociedade comercial
125	3.3. Daniel de Abreu Júnior – o primogénito preterido
131	3.4. A Casa Abreu nos últimos tempos da gestão de Daniel Luís Vieira de Abreu
143	3.5. A emigração portuguesa ao tempo de Daniel Luís Vieira de Abreu
147	CAPÍTULO 4 Um período conturbado da Agência Abreu – A 3.ª Geração: Aníbal Vieira de Abreu e Sucessores (1902-1924)
157	4.1. A breve gestão de Aníbal Vieira de Abreu (1902-1908)
162	4.2. A atribulada sucessão de Aníbal Vieira de Abreu (1908-1924)
167	4.3. O labor legislativo sobre a emigração ao tempo de Aníbal Vieira de Abreu e Sucessores – da Monarquia para a República

177	CAPÍTULO 5
	A transformação de uma Casa de passagens e passaportes para a venda de turismo na Agência Abreu – A 4.ª Geração: Augusto e Aníbal Lopes Vieira de Abreu (1924-1973)
182	5.1. Os inícios da nova gestão
197	5.2. Legislação sobre emigração e a extinção dos agentes de passagens e passaportes
203	5.3. A Abreu como agência de viagens e arranque da atividade turística
220	5.4. O triunfo do segmento lazer
224	5.5. Os circuitos europeus
233	5.6. O registo de marca <i>Agência Abreu</i> e a evolução administrativa da Empresa
237	5.7. Dois irmãos – dois temperamentos
246	5.8. Brasil, um país-continente com asas para voar
255	CAPÍTULO 6
	O salto evolutivo para uma Organização de Viagens – A 5.ª geração da Agência Abreu: Aníbal, Alberto e Artur Macedo Vieira de Abreu (de 1973 ao presente)
262	6.1. Evolução da Empresa – estrutura e capital
263	6.2. A consolidação da Abreu no Brasil
269	6.3. O êxito dos cruzeiros <i>Funchal</i>
271	6.4. A Abreu entre a Península Ibérica e o continente americano
277	6.5. A Abreu Carga – sucesso e crescimento sustentado
280	6.6. Histórias da terra e do espaço
281	6.7. Os <i>charter</i> – aviões fretados em operações eventuais e regulares
285	6.8. Crescimento, Diversificação e Reconhecimento
291	6.9. Novas parcerias, modernização tecnológica, lógicas inovadoras
301	6.10. Mercados novos e renovados
304	6.11. Sempre o futuro no horizonte
311	CONCLUSÃO
343	ANEXOS
345	ANEXO I – ESQUEMAS GENEALÓGICOS
353	ANEXO II – ANO DE ABERTURA DAS DEPENDÊNCIAS DO GRUPO ABREU
361	CRONOLOGIA
389	FONTES E BIBLIOGRAFIA



INTRODUÇÃO



Para viajar basta existir.

(Fernando Pessoa [Bernardo Soares], *Livro do Desassossego*)

Fazer a história de uma empresa com origens tão remotas como a Agência Abreu não constitui tarefa fácil, por várias ordens de razões. Desde logo, pelo escopo cronológico em apreço, já que se trata da mais antiga agência de viagens de Portugal em atividade, que mergulha as suas raízes na década de 1830 – embora a data oficial de fundação seja 1840 – e, sem interrupção, desenvolveu-se até à atualidade, pertencendo sempre a descendentes diretos do seu fundador. Por outro lado, não existe um arquivo organizado e o espólio documental é escasso, particularmente para o século XIX e inícios do seguinte, o que obrigou a um labor redobrado de pesquisa de múltiplas fontes indiretas com vista ao delineamento e problematização do tema em estudo.

Atravessar tão longo tempo histórico – desde a época da afirmação do liberalismo em Portugal até ao presente – pressupõe um percurso teórico-metodológico não isento de sobressaltos de diferente natureza, no qual as vicissitudes da investigação se colocam com frequência, obrigando a uma dialética constante entre o *corpus* documental e o objeto de estudo, que necessariamente deve contemplar a contextualização epocal e a especificidade de uma casa comercial que acompanhou as mudanças estruturais do país no transcurso de quase dois séculos, mantendo sempre a sua direção no seio da mesma família. Não será exagerado dizer que a vida desta empresa praticamente coincide, em termos cronológicos, com a contemporaneidade de Portugal.

Não sendo a história empresarial inédita no panorama historiográfico português, aliás cultivada com alguma intensidade nos três últimos decénios – necessariamente beneficiando de uma antiga e vasta produção bibliográfica internacional –, a particularidade da empresa que este livro trata reside no seu ramo de negócios, inquestionavelmente menos conhecido e estudado no nosso país¹.

Com efeito, desde os anos 1970, a relação entre os historiadores e as empresas passou de uma “indiferença mútua” a uma colaboração “significativa”, traduzida numa crescente aproximação de interesses. Se os historiadores descobriram na documentação empresarial matéria para o estudo das dinâmicas económicas e sociais e da moder-



agencia abreu



1. MENDES, José Amado, 2004 – “Elite empresarial e história das empresas: em busca de uma imagem de marca, 1924-2003”. *Estudos do Século XX. Empresas e Empresários*. Coimbra: CEIS 20/Quarteto, n.º 4.

nização técnica, também uma nova geração de empresários passou a considerar os historiadores como colaboradores essenciais para reconstruir a história da empresa, entendida como elemento de prestígio e valorização da sua identidade, tradição e imagem de marca. Assim, grande parte da história empresarial que tem vindo a ser feita em Portugal resulta desta colaboração, sem que o historiador, não obstante o seu inelutável fascínio pelo objeto de estudo, enverede pela deriva da narrativa panegírica.

Por outro lado, e como já referido, a Abreu insere-se no domínio das empresas familiares. Apesar da dificuldade de uma definição simples que abranja toda a sua diversidade, Andrea Colli e Mary Rose propõem a seguinte definição geral: "Empresa familiar é aquela em que uma família detém uma parte suficiente para ser capaz de exercer o controlo sobre a estratégia da empresa e estar envolvida na sua gestão em posições de topo"².

Independentemente da sua dimensão, as empresas familiares desempenharam um importante papel em todas as revoluções industriais, no emprego, na geração de rendimentos e acumulação de riqueza, continuando a ter uma presença fundamental nos nossos dias.

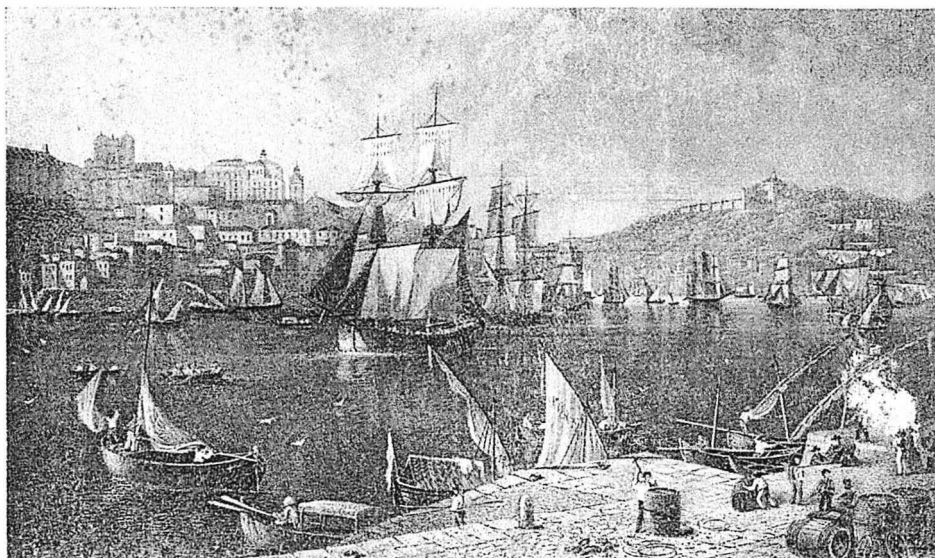
No século XIX, a empresa familiar representou uma "resposta previsível à instabilidade, incerteza e fraca definição dos direitos de propriedade, tornando-se o pivô central de uma rede de confiança"³. Daí a importância do nome de família e da "casa", como garantia no mercado. Mas não só: assegurava o trabalho de gestão, o capital necessário à expansão da empresa, a rede de negócios e de informações, a transmissão de saberes e competências informais, verificando-se que as práticas de partilha favoreceram, em muitos casos, um modelo de primogenitura masculina. Por outro lado, deve ter-se em conta as representações e mitos da história da família na construção da imagem da empresa, muitas vezes em articulação com as perceções dos consumidores; o controlo da família sobre a empresa pode evoluir do domínio financeiro e de gestão até uma dimensão simbólica na cultura da empresa e na marca.

Segundo alguns autores, como Alfred Chandler, a empresa familiar terá sido mais um estorvo do que um ativo nas economias modernas. Esta tese, que suscitou polémica, partia do princípio de que os recursos da empresa familiar eram limitados e incapazes de responder às necessidades de aumento de capital e de novos recursos humanos para fazer face às pressões do mercado de massas e ao desenvolvimento tecnológico, que se verificaram no período entre guerras. Considerava-se que, nesta nova fase de desenvolvimento das economias, os negócios já não eram autofinanciáveis e que a família tinha deixado de ser a principal fonte de capital humano. Além disso, esta tese partilhava da ideia de que o controlo familiar era ineficiente, porque se baseava no nepotismo e não no mérito e desviava recursos da empresa para consumos familiares.

Na ótica dos seus críticos, Chandler subvalorizou a resiliência e as capacidades da empresa familiar, especialmente na Europa. Em certos casos, a ideia de continuidade da família e a aposta intergeracional não restringiu, antes estimulou os investimentos,

2. COLLI, Andrea; ROSE, Mary, 2008 – "Family Business" in JONES, G.; ZEITLING, J. – *The Oxford handbook of business history*. Oxford: Oxford University Press, p. 194.

3. COLLI, Andrea; ROSE, Mary, 2008 – "Family Business" in JONES, G.; ZEITLING, J. – *The Oxford handbook of business history*. Oxford: Oxford University Press, p. 197.



O Porto visto do cais de Vila Nova, em 1832

Des. por Lieut.-Col. Batty. Grav. por R. Brandard.

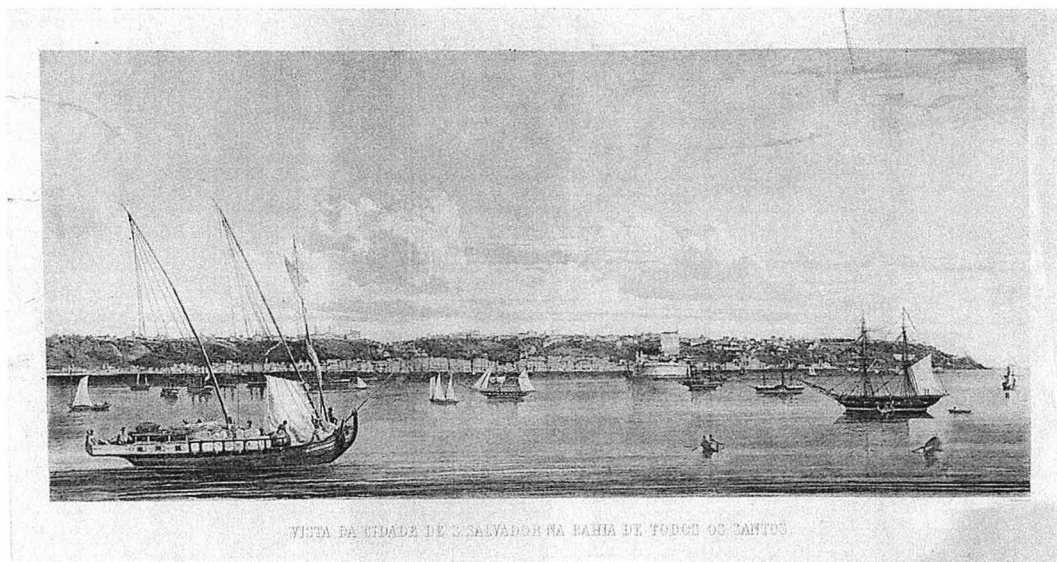
e muitas empresas familiares, grandes e pequenas, continuaram a desempenhar, no século XX, um papel dinâmico na economia. Não menos importantes na análise do desenvolvimento das empresas familiares são as “regras informais” que influenciaram, em cada momento, as estratégias das famílias e das empresas. O “ambiente institucional e legal” é ele mesmo “produto de um processo histórico complexo, apoiado por forças culturais simultaneamente ao nível regional e ao nível nacional”: atitudes e valores face às empresas, à inovação, à tradição e à tecnologia⁴.

As origens da Agência Abreu encontram-se indissociavelmente ligadas ao Brasil, muito especialmente à emigração que do norte de Portugal se desenvolveu na primeira metade do século XIX, com destino àquele país. Tal fenómeno deve ser entendido como a continuação de um processo multissecular iniciado no século XVI e que, ao longo do tempo, com altos e baixos, se prolongou até ao século XX.

Quer sob a forma de colonização, que contribuiu para a construção do designado Império Luso-Brasileiro (1500-1822), quer sob a forma de emigração a partir da independência do Brasil (1822), exigindo a partir dos inícios do século XVIII a emissão de um passaporte para quem pretendesse ausentar-se de Portugal para terras de Vera Cruz, esta longa emigração iludiu as leis de proibição ou restrição de ambos os territórios e ignorou as mudanças dos regimes políticos que ocorreram em cada um dos países nos últimos dois séculos, numa corrente contínua que, umas vezes, se submerge tão profundamente que parece não existir e, outras, irrompe com uma pujança que nada parece deter.

4. COLLI, Andrea; ROSE, Mary, 2008 – “Family Business” in JONES, G; ZEITLING, J. – *The Oxford handbook of business history*. Oxford: Oxford University Press, p. 204.

*Visto da cidade de S. Salvador
na Bahia de Todos os Santos,
de Friedrich Salathé,
início do séc. XIX*

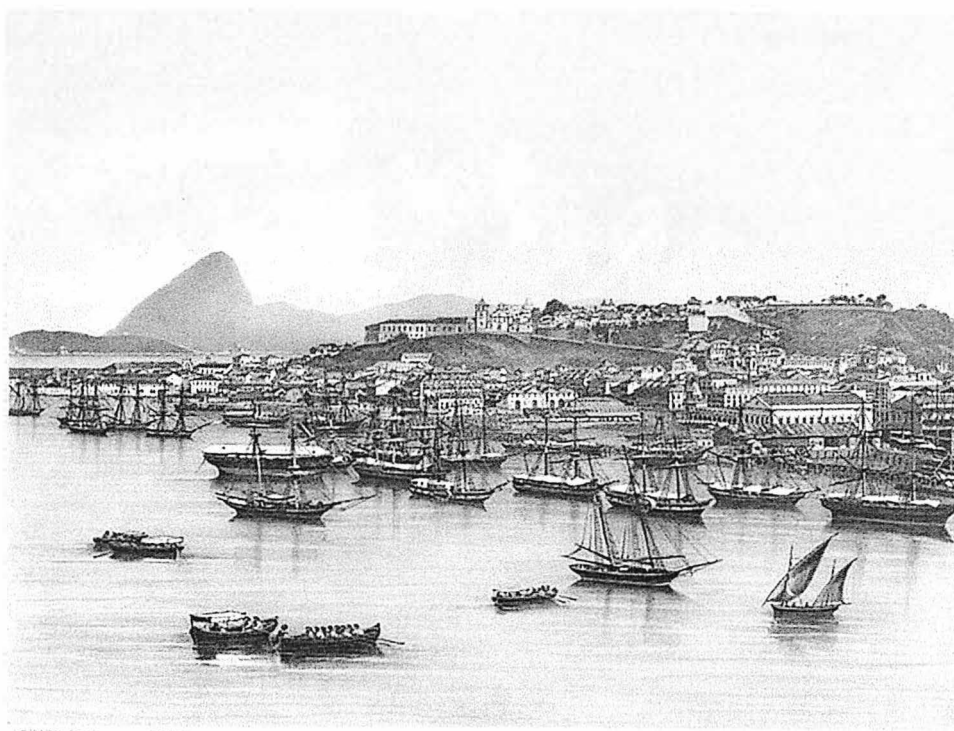


As atitudes de lusofobia no Brasil de Oitocentos, após a independência do território ao fim de mais de três séculos de colonização, bem como as retóricas denúncias políticas em Portugal da exploração que afetava numerosos portugueses no Brasil não lograram evitar tal emigração.

Sem dúvida, este fenómeno migratório – independentemente das suas múltiplas explicações e interpretações – constitui uma constante estrutural da história portuguesa e matriz inquestionável da nação brasileira. Certo é que, se os portugueses partiam – cultos ou analfabetos, detentores de variáveis bens de fortuna ou deles totalmente destituídos, em ambos os casos largamente mais numerosos os segundos – era porque a aventura se afigurava mais forte que o enraizamento, o sonho mais irresistível que a realidade, o futuro mais preñado de esperança ou abundância que o presente vivido. Neste vasto movimento de população característico da era contemporânea, homens, sobretudo, mas também mulheres e crianças deixaram para trás o país de nascimento e embarcaram, respondendo aos apelos da história e língua comuns, de familiares e amigos já instalados, de contratos sedutores mesmo que tantas vezes dolosos, de promessas de negócios garantidos, enfim, das mais diversas razões e decisões que fazem de cada emigrante um caso irreduzível. Se o passaporte, o meio de transporte e o local de destino os uniformizam, as motivações que impelem os portugueses a emigrar para o Brasil são tão plurais e complexas como a sua idade, naturalidade, estado civil, formação ou nível social.

Estas breves considerações vêm a propósito do que atrás foi referido, isto é, a seminal ligação da Agência Abreu com a emigração para o Brasil, nomeadamente a que se fazia das regiões setentrionais do país com saída pela barra do Douro, mas também pelo porto de Lisboa, já que também dessas viagens a Agência tratava, por duas razões fundamentais.

Por um lado, o fundador desta Empresa foi o minhoto Bernardo Luís Vieira de Abreu que, segundo veicula a tradição familiar, cedo emigrou para o Brasil, desenvolvendo aí atividades empresariais, e, como tantos “brasileiros de torna-viagem” – ou seja, os portugueses que haviam trabalhado no Brasil e retornaram ao país de origem – regressou a Portugal com algum pecúlio para dar continuidade aos negócios iniciados. Assim, em 1840, fundou na cidade do Porto a Agência Abreu, a mais antiga empresa de viagens do



PANORAMA DE RIO DE JANEIRO
de Louis Aubrun, início do séc. XIX

*Panorama de Rio de Janeiro,
de Louis Aubrun,
início do séc. XIX*

mundo, a qual, não obstante os embates do tempo e da História, permaneceu nas mãos da mesma família até aos nossos dias. Sublinhe-se que não há praticamente nenhum estudo no nosso país sobre turismo que não refira, mesmo que brevemente, esta agência como a primeira estabelecida em Portugal⁵.

Por outro lado, foi justamente a emigração transatlântica que esteve na base da fundação desta Empresa e se manteve durante largas décadas, grosso modo até meados do século XX, como a sua principal atividade. Desta forma, fazer a história da Agência Abreu implica entretecer nas malhas da narrativa a evolução da emigração portuguesa para o Brasil desde os primórdios da implantação definitiva do liberalismo em Portugal, em meados da década de 1830, quando o processo administrativo da mesma passou a ser tutelada pelos recém-criados governos civis, num longo arco temporal que se estende até à Ditadura Militar e Estado Novo (1926-1974), passando necessariamente pela I República (1910-1926). Interessará realçar a emigração nos seus contornos fundamentais, os quantitativos do êxodo, a legislação reguladora que os sucessivos regimes – monárquico, republicano e ditatorial – publicaram, a gradual complexificação burocrático-administrativa do processo migratório, o papel das agências de viagens, entre outros aspetos.

A partir da II Guerra Mundial (1939-1945), a emigração para o Brasil regrediu consideravelmente, em favor de destinos intraeuropeus. A Agência Abreu acompanhou os tempos, e a sua atividade, sem deixar de considerar as viagens de negócios e os agentes do intercâmbio comercial entre Portugal e o Brasil, centrou-se sobretudo no turismo, que então se

5. Como exemplo, entre muitos outros, refira-se SILVA, Maria José Nunes da – *A Distribuição Turística e as Redes nas Agências de Viagens em Portugal*. Disponível em: <http://ria.ua.pt/bitstream/10773/1669/1/2009001206.pdf> [acesso em 10 de fev. 2013].



afirmava como uma indústria progressivamente florescente, tornando-se nesse domínio uma empresa de referência no país, multiplicando as suas filiais pelo território continental e insular, depois radicando-se noutros continentes, diversificando os seus produtos e aumentando conseqüentemente o seu volume de negócios.

A qualidade dos serviços prestados vincou um nome que rapidamente se converteu numa marca de qualidade, não obstante a massificação e a concorrência que os novos tempos consigo arrastavam. Mais, a internacionalização e expansão da Empresa – mercê do seu pioneirismo, apostas estratégicas em produtos, parcerias e tecnologia de comunicação, bem como uma rasgada visão empresarial – permitiram a sua evolução para uma Organização de Viagens, reconhecida no país e no exterior.

Destas transformações darão sucessivamente conta os capítulos que estruturam a obra, os quais se dispõem em função das diversas direções da Empresa – sempre dentro da família – numa lógica de sucessão geracional.

Assim, depois de um capítulo inicial onde se tecem algumas considerações históricas sobre o turismo, atividade intrinsecamente ligada à Agência Abreu, o segundo capítulo debruça-se sobre a génese desta Empresa, traçando o perfil atividade do seu fundador, Bernardo Luís Vieira de Abreu; o terceiro capítulo aborda a Agência Abreu sob a direção de Daniel Luís Vieira de Abreu (1878-1902), filho do fundador; o quarto refere-se à gestão de Aníbal Vieira de Abreu (1902-1908) e seus sucessores (1908-1924); o capítulo seguinte remete para um período mais longo, em que a direção da Agência Abreu esteve a cargo dos irmãos Augusto e Aníbal Lopes Vieira de Abreu (1924-1973); enquanto o sexto e último capítulo analisa as décadas seguintes da atividade desta Agência até ao presente, dirigida por Aníbal Macedo Vieira de Abreu, Alberto de Macedo Vieira de Abreu e Artur de Macedo Vieira de Abreu, a 5.ª geração à frente desta Empresa que integra já elementos da geração seguinte. Depois da imprescindível conclusão, apresenta-se uma cronologia que permite uma melhor compreensão do texto.

As fontes compulsadas para este trabalho – vastas, de natureza diversificada e dispersas por numerosas bibliotecas e arquivos, tanto portugueses como brasileiros – estão coligadas em listas finais. Nas transcrições que dessas fontes históricas se fazem ao longo deste livro optou-se pela atualização da respetiva grafia.

Resta-nos agradecer os valiosos contributos generosamente prestados por várias pessoas. Começando pelos amigos do Brasil, apresentamos os nossos agradecimentos a três historiadores: ao Doutor Vítor Fonseca, do Arquivo Nacional do Rio de Janeiro, pelas instruções de pesquisa formuladas; à Doutora Silvia Ninita de Moura Estevão pelo auxílio à investigação no mesmo arquivo; à Doutora Maria das Graças Andrade Leal, da Universidade do Estado da Bahia (UNEB), Campus V, pelo acompanhamento nas instituições daquele Estado brasileiro. Do lado português, à Doutora Carla Ribeiro (ESE/IPP) pela partilha dos seus conhecimentos sobre o turismo nas primeiras décadas do século XX; ao Doutor António Pestana de Vasconcelos pela construção dos esquemas genealógicos da família de Bernardo Luís Vieira de Abreu; ao Doutor Ricardo Rocha (CEPESE) pela elaboração da cronologia; ao Professor Domingos Mangas que, como presidente da junta de freguesia de Rossas, Vieira do Minho, foi incedível na busca de familiares de Bernardo Luís Vieira de Abreu no lugar de Ortezelo daquela freguesia, tarefa dificultada pelo facto de já não usarem nenhum dos

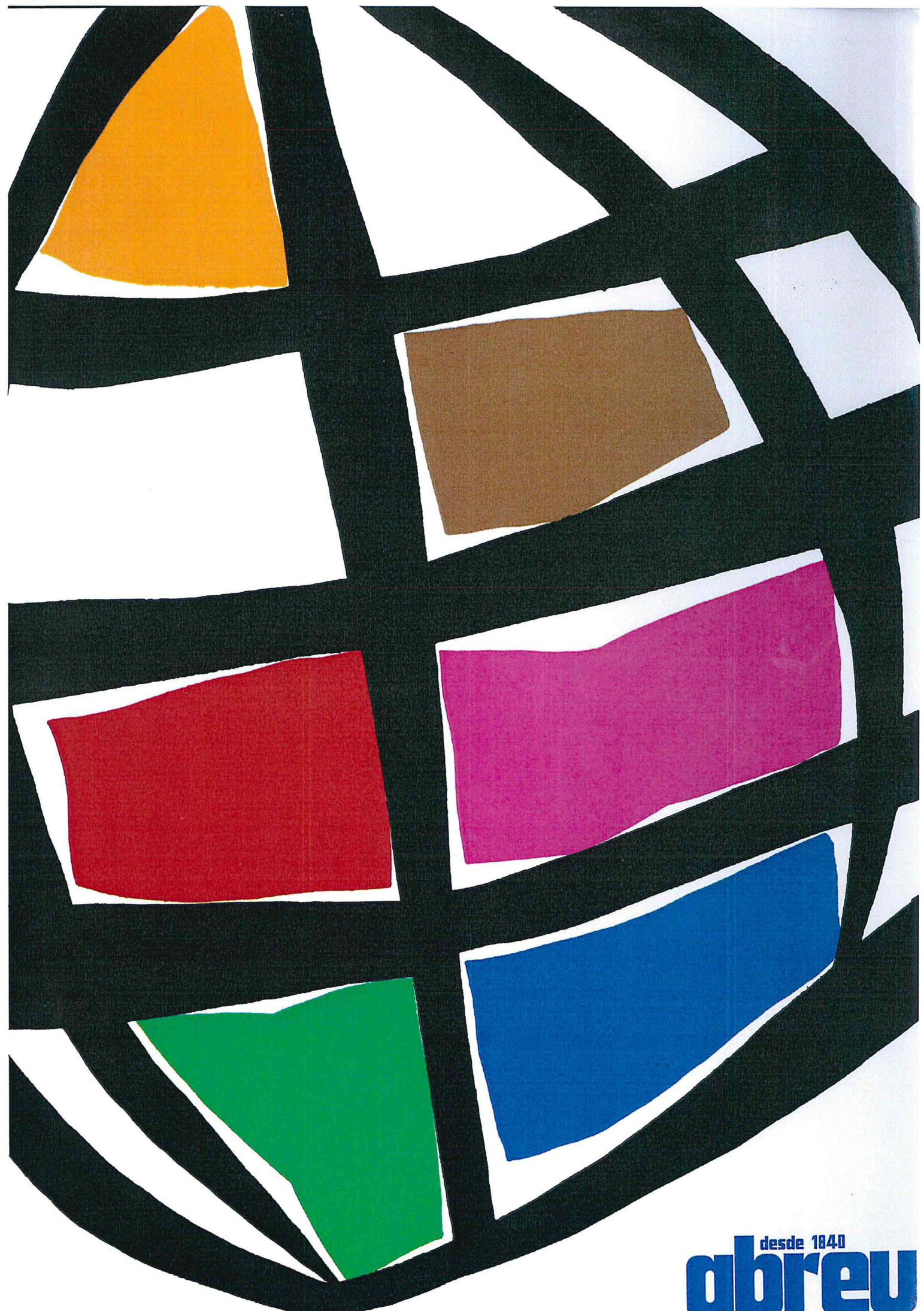
sobrenomes do fundador da Agência Abreu; à família Gonçalves Concieiro, descendentes diretos do irmão mais velho de Bernardo Luís Vieira de Abreu, residente na “Casa da Adega” e que disponibilizou para o acervo da Agência Abreu um número apreciável de documentos originais dos séculos XVIII e XIX; finalmente, aos colaboradores mais antigos da Agência Abreu, já reformados ou ainda no ativo, pelos seus depoimentos e empenho na recolha de documentação de importância crucial para a história da Casa Abreu.

Falta referir que, no 170.º aniversário da sua fundação, a Agência Abreu promoveu uma recolha de documentos históricos, junto dos seus clientes, parceiros, ex-colaboradores e amigos, por intermédio de um passatempo denominado *Conte-nos como foi*⁶. Muitos desses documentos foram importantes para construir esta história e alguns deles são mesmo referenciados na presente obra. Agora, no seu 175.º aniversário, a Empresa tomou a decisão de reeditar esta recolha de documentos históricos da Agência Abreu, tornando-a permanente⁶. A história da Agência Abreu não se esgota com a publicação do presente livro. Vamos, pois, continuar a escrevê-la.



6. Disponível em: www.abreu.pt/contenoscomofoi





desde 1840
abreu