

PORTUGAL VALE MESMO A PENA

O livro "Portugal vale a pena"

«Muitos portugueses procuram hoje noutras latitudes condições de vida e de trabalho que não existem atualmente no País. Mas emigrar não é um fenómeno novo pois repetiu-se com frequência ao longo do último século, maioritariamente por razões económicas, mas também por motivos políticos. Ainda hoje os portugueses residentes em Paris transformam a capital gaulesa na segunda maior cidade "portuguesa", fruto das vagas de emigração dos anos 60 e 70. Nesse período, foi a Europa o continente que mais portugueses acolheu, envolvendo países como a Alemanha, França, Bélgica ou Luxemburgo, entre outros. Mas, em décadas anteriores, foram inúmeros os que escolheram o Brasil, os Estados Unidos, a África do Sul, a Venezuela, a Argentina ou até a Austrália para viver. As frequentes erupções vulcânicas nos Açores causaram tragédias, provocando também sucessivas vagas de emigração, vivendo hoje mais açorianos no continente americano do que na região onde nasceram. Quando Humberto Delgado - também ele, mais tarde, forçado a viver fora do seu País - criou a TAP em 1945, abriu aos portugueses novos caminhos que contribuiram para: 1. Ligar Portugal ao mundo, abrindo uma brecha no isolamento a que o regime de então votou o País; 2. Criar, finalmente, condições para unir os portugueses ao seu país de origem. Também por estas razões, a TAP mereceu desde o início a simpatia dos portugueses espalhados pelo mundo, que se reforçou ao longo dos tempos pelo papel da companhia em situações de grave carência humanitária. Entrar num avião da TAP era já pôr um pé em Portugal. "PORTUGALIDADE" Entretanto, a consolidação do transporte aéreo a nível global tornou as companhias de aviação mais iguais entre si, com produtos e serviços estereotipados num padrão internacional. Contra esta lógica da indústria, a TAP, no começo do ciclo iniciado há uma década, fez uma aposta diferente: investiu tudo na "portugalidade", tornando-a mesmo numa vantagem competitiva. A sua imagem foi renovada (2005) por Carlos Coelho, o mais "português" dos especialistas nacionais, que produziu uma imagem que mostra mensagem de abertura com orgulho o verde e o vermelho nos aeroportos operados pela TAP; os novos uniformes foram criados pela dupla Manuel Alves/Manuel Gonçalves, revelando uma qualidade e arrojo que pedem meças; encarregou Vítor Sobral de criar os menus de bordo, trazendo a qualidade da nossa gastronomia e dos nossos vinhos para a grande montra que são os nossos aviões; Associou também a sua imagem a Mariza, reforçando a presença da música portuguesa a bordo e mostrou, como nunca, a qualidade do cinema português. Os passageiros da TAP foram mesmo, este mês, os primeiros a ver o filme "Operação outono", que mostra as condições trágicas em que morreu Humberto Delgado. UP: PRINCIPAL VEÍCULO DE DIVULGAÇÃO DO TURISMO NACIONAL Last but not least, a TAP convidou uma profissional com provas dadas para dirigir a sua revista de bordo. É-se português por nascimento ou pelo coração. Paula Ribeiro, responsável pela UP, nasceu no Brasil, mas há 25 anos mudou-se para Portugal e tem verdadeira paixão pelo nosso País, como certamente não escapa a quem veja regularmente a UP, que se tornou no principal veículo de divulgação do turismo nacional. No primeiro número da UP, a revista convidou Rui Vilar, então presidente da Fundação Gulbenkian, para revelar as suas razões porque Portugal vale a pena. Nos cinco anos seguintes, o convite repetiu-se mensalmente a escritores, jornalistas e outras personalidades relevantes da vida nacional, até Gonçalo M. Tavares que este mês escreveu com brilhantismo sobre a cidade de Aveiro. Estes textos ganharam agora vida própria ao serem reunidos num livro que tem um nome sugestivo, "Portugal vale a pena". Pode parecer uma provocação neste momento de crise e em que a TAP está em fase decisiva de privatização, mas não é. Portugal vale mesmo a pena. E vai continuar a valer. E a TAP também.»

António Monteiro, artigo publicado no "[Jornal Tap](#)"
(Novembro 2012)