

ANTECIPAÇÕES DO TURISMO EM PERNAMBUCO Histórias de um Navio Holandês (1939)

Dirceu S. M. Marroquim¹

Na manhã do dia 24 de julho de 1939 desembarcava na cidade do Recife o majestoso navio holandês chamado Rotterdam. Construído em 1908 nos estaleiros de Horland & Walff Ltd., de Belfast, foi um dos maiores navios que pararam no porto da cidade até então. Com 198 metros de comprimento, 24 metros de largura e 13 de pontal (Jornal do Commercio, 23/07/1939). Estava a serviço das organizações turísticas Wagon Lits, Cook que tinha sede em Nova York e havia preparado uma longa viagem por toda América do Sul passando por diversos países. No Brasil, o Recife fora uma das cidades contempladas para uma meteórica visita de quatro horas de duração. Este artigo busca compreender os fazer turístico da Cidade do Recife no referido período, a partir da chegada do navio.

Palavras-chaves: Rotterdam, Recife, História do Turismo em Pernambuco.

Uma imagem turística funciona como a representação de uma localidade de acordo com o interesse daqueles que se propõem a construí-la. Que desejam dar-lhe uma fisionomia. Para compreendermos os meios constitutivos de tal imagem faz-se necessário praticar uma *fisiognomia do turismo*². Perceber a cidade que existe além das propagandas e compreender nas feições apresentadas quais são as características que são postas atrás das imagens publicitárias.

Por assim dizer, a prática *fisiognomônica* pode ocorrer em duas instâncias: uma do ponto de vista do indivíduo, do sujeito (que não abordaremos agora) com suas experiências idiossincráticas. E a outra do ponto de vista da massificação da experiência (que é o pano de fundo deste trabalho). Esta última possui alguns questionamentos

¹ Graduado em História pela Universidade Federal Rural de Pernambuco.

² A *fisiognomia* é a ciência de conhecer o caráter (não os destinos aleatórios) de um ser humano lato sensu a partir de seus traços exteriores; a *fisionomia* lato sensu seria, portanto, todos os traços exteriores do corpo e dos movimentos de um ser humano, na medida em que a partir daí, é possível conhecer algo do seu caráter. (BOLLE, 1994:41). Nesse sentido, propomos uma fisiognomia do turismo, quem em resumo, é a perspectiva que um turista tem ao visitar uma localidade e percebe nas feições da imagem da cidade, as fantasmagorias geradas pelo setor turístico.

fundamentais: Qual o lugar social da comitiva que visita a localidade? Qual o posicionamento institucional e o motivo? Esses são os principais elementos para se compreender a trama que envolve o viajante nos caminhos que percorre.

Por exemplo, quando o escritor Graciliano Ramos aceitou a viagem para a URSS e Tchecoslováquia foi a convite do partido comunista (RAMOS, 2007). Ao chegar ao aeroporto russo foi perguntado ao brasileiro se pertencia a alguma associação de classe. Depois de titubear alguns instantes, lembrou que era presidente da Associação dos Escritores Brasileiros. Isso gerou uma admiração das pessoas que o recebiam. Durante toda a estadia, a comitiva brasileira foi acompanhada por interpretes/guias que apresentavam todas as localidades do país. Salvo toda a carga reflexiva de Graciliano Ramos, sua experiência de viagem não seria a mesma se ele visitasse o país sob outras circunstâncias. Nesse sentido, a relação dele com o lugar, o perfil de cidade que vai perceber passa muito pela questão de qual a cidade que está sendo apresentada.

Em alguns casos as agências são responsáveis para guiar essa visitação, por moldar o território a ser visitado. Isso gera alguns problemas. Tudo é muito rápido e contabilizado para que haja tempo de se conhecer os lugares pré-selecionados. Os turistas acabam sendo tolhidos do seu direito do livre caminhar, de criar laços mais profundos com a localidade, gerando assim uma banalização da experiência. Refletindo sobre o que diz Certeau:

Os jogos dos passos moldam espaços. Tecem os lugares. Sob este ponto de vista, as motricidades dos pedestres formam um desses sistemas reais cuja existência faz efetivamente a cidade, mas não tem nenhum receptáculo físico. Elas não se localizam, mas elas que espacializam (CERTEAU, 2007:176).

A prática das agências inibe os sujeitos de moldarem seus espaços, já que elas pegam os visitantes pela mão reterritorializando a cidade aos que chegam.

Quando procuramos analisar historicamente o turismo, percebemos que a idéia de receber os viajantes de forma sistemática não é tão recente. Em outros tempos essa prática começou a ser efetuada não por particulares, mas pelo Estado. No caso de Pernambuco, por meio de uma instituição, no ano de 1939. Porém, é preciso fazer algumas considerações sobre o contexto da atividade política e turística nesse período.

O Cenário.

A atividade turística no Recife ainda é uma lacuna para a historiografia local. Porém, alguns indícios nos levam a perceber que a havia em um determinado período, uma cobrança no que se refere ao desenvolvimento do Turismo. Em meados da década de 30, o historiador e jornalista Mário Melo em sua coluna *Ontem, Hoje e Amanhã*, publicada no Jornal Pequeno, apresentou uma significativa preocupação com a idéia. (Jornal Pequeno, 15/01/1935).

Com a chegada de um representante da Wagon Lit's Cº em 1935 outras questões são suscitadas uma delas era a criação de um Hotel. E isso já estava sendo providenciado com a criação do Grande Hotel. Bons presságios apontavam para que o negócio referente ao turismo no Turismo no Recife se desenvolvesse. Escreveu Mário Melo:

Ensina o matuto, na sua sabedoria, que o comer e coçar está no começar. Princípio querer as coisas. Iniciado o turismo aqui, será uma espécie de moto-contínuo. Cada visitante se converterá e propaganda e não cessará em propaganda e não cessará mais o comércio de vindas e idas de pessoas que desejam conhecer o que Pernambuco tem para apresentar. (Jornal Pequeno, 15/01/1935)

Nesse sentido, era preciso promover o fenômeno turístico na Cidade. Algumas instituições, de cunho privado, surgiram: O Automóvel-Clube que aparece em 1935, o Touring Club do Brasil que estabeleceu um escritório no Recife em 1938 (Jornal Pequeno, 15/10/1938) e o Rotary Club que promovia excursões pela cidade com seus visitantes. Diversas possibilidades para que o setor fosse fomentado foram aparecendo.

É aí que no mês de março do ano de 1939, surge a DEPT (Diretoria de Estatística Propaganda e Turismo), pertencente à Prefeitura do Recife, mas com amplitudes estaduais, tinha como finalidade desenvolver atividades no âmbito da estatística (a instituição era composta por estatísticos em sua maioria) e promover a atividade turística, sendo, no entanto, a ferramenta principal para tal intuito a propaganda.

A proposta era, em resumo, estruturar o turismo, dá-lhe um caráter. O supracitado jornalista, comentando sobre a situação do turismo antes da criação da Diretoria transcreveu um diálogo bastante elucidativo:

Família que viera à terra estava contando à má impressão da cidade: tomara um carro e pedira ao motorista que lhe mostrasse a igreja antiga de mais curiosidade. Rodara muitos minutos ganhara uma praia extensa

e que parou o carro na frente da igreja. Externamente nada de importante. Muito ao contrário. Internamente ainda menos.

- Que igreja é esta? Perguntou ao guia.

- De Nossa Senhora de Boa-Viagem.

- É a mais importante de Pernambuco?

- Sim. A mais antiga e uma das mais visitadas por passageiros.

- Ora, (concluiu a transeunte) diziam-me que em Pernambuco havia bonitos templos. Pela pobreza do que vi e que é o melhor, imagino como são os outros. (Jornal Pequeno, 08/03/1939)

Quando os visitantes chegavam ao Recife pegavam um carro na Estação do Brum e viam a cidade apresentada pelos motoristas que guiavam os forasteiros. No excerto acima Mário Melo escreveu uma dessas situações. A Igreja de Boa Viagem, não é nem de longe a Igreja mais antiga do Estado. A preocupação do jornalista era que houvesse um esmero na transmissão e recepção dos turistas no Recife. E a DEPT aparece como a Instituição responsável por isso.

No campo político, a Diretoria aparece em um período importante da história brasileira. Dois anos antes, em setembro de 1937, houve a descoberta do chamado “Plano Cohen”, que foi uma estratégia supostamente organizada por comunistas para derrubar o governo de Getúlio Vargas. Dois meses depois, quando os grupos políticos se articulavam para a eleição presidencial receberam a notícia através do rádio que o país entrara em estado sítio. O Congresso Nacional foi fechado e os partidos políticos foram instintos. Nascia assim o regime político denominado Estado Novo e este fato gerou algumas mudanças significativas no país. As Unidades Federais deixaram de ter seus governadores que passaram a se chamar Interventores e eram os olhos e as vontades do Presidente Vargas.

Em Pernambuco, o interventor nomeado foi Agamenon Magalhães, político ligado às bases católicas marianas (Ver, PEREIRA, 1973 e LIMA FILHO, 1976). De postura conservadora, reprimiu as atividades “subversivas” e efetuou diversas obras para viabilização dos transportes e das indústrias no interior de Pernambuco. Para prefeito do Recife o Interventor nomeou Novaes Filho, o matuto, como chamava a imprensa local. Vinha das oligarquias agrárias e efetuou algumas mudanças estruturais no espaço público, abrindo avenidas, pavimentando ruas, inaugurando praças e construindo pontes (Ver, PONTUAL, 2001 e ALMEIDA, 2001).

No início, quando ainda estava sendo organizada, a DEPT encontrou algumas tarefas a serem desenvolvidas. Em primeiro lugar, um censo dos Hotéis, Pensões,

Commodos e Leitos. Feito para suprir a problemática do faustoso Congresso Eucharístico que aconteceu onde hoje se localiza o Parque 13 de maio no centro da cidade do Recife (Diário de Pernambuco, 15/05/1939). Par e passo a toda a estruturação interna e as preocupações com a organização do congresso, outras atividades foram desenvolvidas. Dentre estas, a recepção dos turistas que vinham geralmente em comitivas através de cruzeiros. Muitos dos viajantes eram recebidos com honrarias oficiais e em alguns casos o prefeito com a sua comitiva iam dar as boas vindas aos que aportavam e em não raras vezes, acompanhava os visitantes (Jornal do Commercio, 23/07/1939).

Para este artigo, faremos um estudo de caso abordando a chegada de um navio holandês chamado Rotterdam, onde problematizaremos as redes de sociabilidade do fazer turístico no Recife daquele período.

O Rotterdam Chegou.

Na manhã do dia 24 de julho de 1939 desembarcava na cidade do Recife o majestoso navio holandês chamado Rotterdam. Construído em 1908 nos estaleiros de Horland & Walff Ltd., de Belfast, foi um dos maiores navios que pararam no porto da cidade até então. Com 198 metros de comprimento, 24 metros de largura e 13 de pontal (Jornal do Commercio, 23/07/1939). Estava a serviço das organizações turísticas *Wagon Lits, Cook* que tinha sede em Nova York e havia preparado uma longa viagem por toda América do Sul passando por diversos países³. No Brasil, o Recife fora uma das cidades contempladas para uma meteórica visita de quatro horas de duração.

Tudo havia sido preparado. O prefeito Novaes Filho junto a Souza Barros iriam pessoalmente receber os viajantes

...organizando um prospecto ilustrado, em língua inglesa, prestando dentro do itinerário marcado para o passeio dos turistas, informações exactas de todos os pontos interessantes histórico e artístico: chamando a atenção para a “cor local” da cidade no que se refere a hábitos, aspectos typicos, paisagens, etc.; e mostrando o nosso desenvolvimento commercial e

³ A *Compagnie Internationale des Wagons-Lits* foi fundada em 1872 por Georges Nagelmackers na Bélgica e logo se estabeleceu como uma importante empresa neste então nascente setor. Em 1927 a empresa foi vendida para Thomas Cook, um dos pioneiros na execução de grandes viagens, do turismo de massa, por assim dizer. Posteriormente passou a integrar uma multinacional francesa que se associou com Carlson Company e com a One Equity Partness. (Ver, <http://www.carlsonwagonlit.com/en/>)

populacional (...) Assim, na medida do possível, vamos cumprindo a nossa tarefa de dotar o Recife de um serviço de turismo e propaganda, tal como possuem as grandes cidades. (Jornal do Commercio, 8/07/1939)

Cento e cinquenta automóveis foram reservados para receber os 790 turistas. Os carros estariam esperando por eles na saída do porto para guiá-los pelos caminhos da capital pernambucana, arrabaldes e a cidade de Olinda. Ao desembarcarem, dois imensos painéis seriam expostos. Pintados por Manuel Bandeira e Luiz Jardim que retratavam o velho sobrado mourisco da Praça da Igreja de São Pedro de Olinda e um aspecto do Recife antigo.

É interessante se perguntar quem eram esses viajantes e de onde eles vinham. Os jornais nos dão alguns indícios para tentar entender este episódio. A entidade responsável por financiar a viagem foi a *World Federation of Educational Association* (*W.F.E.A.*), que possuía sede em Nova York. Portanto:

A Federação Mundial de Associação de Educação realiza o cruzeiro no interesse do melhor entrelaçamento e identificação entre os professores das três Américas. No intuito de um exacto conhecimento dos seus métodos, sistemas e condições pedagógicas. Um cruzeiro de turismo e Boa vontade dentro do Espírito Pan Americano (...). De dois em dois anos a Federação realiza um congresso, o qual se tem reunido em Edinburg (1925), Toronto (1927), Genova (1929), Denver (1931), Dublin (1933) e em Tóquio (1937). Em 1939 o presente cruzeiro de turismo substituiu o atual congresso de educação. (Jornal do Commercio, 23/07/1939)

O cruzeiro já vinha de um longo percurso antes de chegar ao porto da Cidade do Recife, partiu de Nova York com escala em, Havana, Kingston, La Guaira e do Recife seguiria direto para Buenos Aires. Ao voltar passaria em Santos, Salvador, Rio de Janeiro e seguiria viagem parando em Trinidad e depois ao ponto de partida. Em alguns desses locais seriam realizadas conferências. No Brasil, o Rio de Janeiro foi o local escolhido para tal intuito. Os viajantes foram recebidos com grande êxito pelos locais em que passaram e o Recife, com um recém criado departamento de Turismo, não poderia deixar a ocasião passar incólume.

O Estado Brasileiro provavelmente estava informado da existência da Associação desde períodos anteriores. No acervo de Gustavo Capanema, que se encontra no CPDOC da Fundação Getúlio Vargas, encontramos alguns folhetos (1936, 1937, 1938) que eram publicados anualmente pela Associação. E a missão desta ficava bem clara:

Objectives of the WFEA.

To pool and make available to the educators of all lands Information covering education movements, achievements, and events. To facilitate through conference, correspondence, and personal contacts the cooperation and collaboration of the official representations organizations of all countries. (WFEA, 1923)⁴

O propósito da existência da WFEA estava de acordo com o propósito do Pan Americanismo, da América unida (Ver. LIMA, 1980).

Como dissemos anteriormente, cada visitante recebeu um pequeno guia ilustrado com informações gerais em inglês e português falando sobre os principais pontos da cidade. Este prospecto seria um dos meios de informação entre os turistas e a Diretoria, uma vez que, durante a visita não haveria um representante da DEPT em cada automóvel. O guia funcionaria como um informativo das localidades que estavam sendo visitadas.

Porém, no discurso de inauguração da instituição, Souza Barros, o Diretor da Instituição, afirmou que

...o turismo, como quer Deffontaines⁵, não é, apenas, a observação do extraordinário: “Não se vê senão o anormal, o excepcional, as monstruosidades; é um dos grandes prejuízos à base do nosso sistema de observação; os livro-guias nos convidam somente a notar os rochedos fantásticos, os monumentos extraordinários, as cascatas que se desprendem de maior altura e se dá com todo cuidado os algarismos-records. Cria-se, assim, uma mentalidade-guia que associa estranhamente o bello ao raro. (Folha da Manhã, Vespertino, 11/05/1939)

A proposta feita fora publicada dois meses antes da chegada do Cruzeiro e diz o contrário daquilo que é realizado. A criação de uma “mentalidade-guia”, através dos livros de visitação, modifica a relação do turista com o espaço que poderia ter sido experimentado, como afirma John Urry, falando a respeito das idéias de Daniel Boorstin

⁴ Objetivos da WFEA

Para reunir e colocar a disposição dos educadores de todas as partes as informações referentes aos movimentos educacionais, realizações e eventos. Para facilitar através de conferências. Correspondência e contatos pessoais e a cooperação, colaboração oficial das representações de todos os países.

World Federation Education. Headquarters. Founded in San Francisco. Califórnia, 1923.

⁵ Deffontaines foi um geógrafo Francês que esteve no Brasil durante a década de trinta e fundou o curso de Geografia na USP, possuiu forte influência sobre os intelectuais da época. Ver. BRAY, Silvano Carlos. **A Visão de Mundo de Pierre Deffontaines e a Ideologia da Cultura Brasileira na década de 30.** Geografia, Vol. 18, nº 2, 1993.

(1996:23) “Isolado de um ambiente acolhedor e das pessoas locais, o turismo de massa promove viagens em grupos guiados e seus participantes encontram prazer em atrações inventadas com pouca autenticidade, gozam com credulidade de ‘pseudo-acontecimentos”. Isto é o que Boorstin chama de “Bolha ambiental”, algo que impede os viajantes de exercitar a experiência turística em outra esfera.

Uma questão a ser observada é o tempo de visitação. Foi de aproximadamente quatro horas de duração (em terra firme). O que dificulta a implantação de um projeto turístico que vivencie a localidade. Nesse sentido, o diretor da Instituição traz à baila a questão da:

...dificuldade maior desses cruzeiros é que a sua demora é sempre insignificante. As grandes companhias não têm nenhum interesse em retardar os seus navios em portos como o do Recife que não são fim de escala e com os quais, às vezes, não se fazem outras transações comerciais. (...) O próprio *Rotterdam*, em cruzeiro Turístico, somente esteve no porto, por um espaço de seis horas, não podendo haver grandes vantagens para o turismo na cidade e no Estado, se esses navios continuam a ter no nosso porto uma pequena demora. Os turistas limitam-se a receber favores oficiais, mas, não se integram na vida da cidade, não fazem despesas, não vão a pontos de interesse no interior, não ocupam hotéis, etc. (BARROS, 1942:243)

Sendo o turismo a priori um comércio, a preocupação do excerto acima citado é patente. Era preciso que o Recife criasse elementos para que não fosse apenas passagem, mas sim estadia dos navios e dos visitantes. Que houvesse a geração de renda para a população e para o Estado. Algumas estratégias foram assumidas para que isso se tornasse possível, dentre elas, diversas propagandas da cidade começaram a aparecer em jornais e em rádio. Por exemplo, no jornal carioca *Diário da Noite* do mês de outubro de 1940, fora publicado uma reportagem chamada: “Recife, ponto de distribuição de turismo para todo o Nordeste”⁶, que possuía cinco imagens do acervo institucional da Diretoria⁷ (MARROQUIM, 2010).

⁶ O *Diário da Noite* pertencia ao grupo *Diário Associados* do empresário Assis Chateaubriand e foi fundado em 1929. Em 1931 o *Diário de Pernambuco* foi adquirido pelos *Diários Associados* e tinha uma postura situacionista. (Ver, <http://www.diariosassociados.com.br/linhadotempo/decada30.html>)

⁷ É possível identificar que as imagens pertencem ao acervo institucional da DEPT, pois as mesmas pertencem hoje à documentação que está sob a guarda do Museu da Cidade do Recife. Existem em positivo e em negativo.

Se de um lado é verificado o esforço do Estado para o desenvolvimento do Turismo, do outro parece não haver interesse de investidores particulares em desenvolver o setor em Pernambuco. Em publicação oficial, a instituição publicou no “Boletim do Porto e da Cidade do Recife”⁸ que o Estado não deveria intervir na prática turística enquanto negócio, e sim criar alicerces para que as empresas competentes assumissem as rédeas nesse quesito. O que cabia ao Estado: desenvolver a indústria hoteleira e criar e conservar estradas.

O grande alvo da Diretoria era na verdade o turismo Interno já que o turismo internacional seria um investimento em longo prazo. A partir do momento em que as estruturas fossem solidificadas. No entanto, era necessário que houvesse a criação de agências de viagens para que a prática turística se profissionalizasse. Em artigo publicado também no Boletim do Porto e da Cidade, o diretor da DEPT coloca:

Realmente, é de grande utilidade a criação, nesta capital, de agências de turismo, que tomam a seu cargo a venda do turismo, no sentido que se dá hoje a essas operações e que se destinem não só a receber os turistas que passam em cruzeiros internacionais, como a promover o turismo interno. (SOUZA BARROS, 1942)

A diretoria conseguiria algumas facilidades no que toca ao estabelecimento de empresas que tivessem como meta investir no turismo de Pernambuco: dispensa de impostos por um prazo de 15 anos; vantagens especiais para a construção e pavilhões de fins de semana, inclusive desapropriação, nos pontos convenientes; concessões vantajosas à organização de hotéis confortáveis em Garanhuns, Pedra e de Balneários em Itamaracá e Gaibú; entendimento entre governo e companhia proponente, para uma imediata publicação de roteiros, guias, cartazes, etc. que visassem, de preferência, as fontes de turismo exploradas pela proponente.

Portanto, no Recife, a prática turística deveria ser realizada em parceria do Estado com os Particulares. Algumas empresas chegaram a montar agências, como a SAVI (S.A. Viagens Internacionais) e na cidade já havia alguns agentes atuando: Carlos Ribeiro de Sales, da firma John A. Thom e Rumbo M. Naughton da Wagon Lits-Cooks (BARROS, 1942). Mas até onde vão nossos registros tal prática não se efetiva, já que a

⁸ Boletim do Porto e da Cidade do Recife era publicado pela DEPT mensalmente com artigos versando sobre o cotidiano da cidade e história. Assim como provocações referentes às temáticas que se propunham a discutir. Esta documentação se encontra no Setor de Obras Raras da Fundação Joaquim Nabuco. A informação acima citada também pode ser encontrada no Relatório anual da Diretoria.

quantidade de recepções de turistas realizada pela DEPT se manteve praticamente a mesma até 1944 quando mudou de nome para a DDC (Diretoria de Documentação e Cultura). O Touring Club e o Rotary Club seriam parceiros da Diretoria na organização de excursões e do turismo interno, mas nos nossos registros tais clubes apenas passam pela cidade e não excursionam pelo Estado.

Considerações Finais.

Qual a cidade que os viajantes do Rotterdam viram? Qual a fisionomia do Turismo realizada pelos turistas? O Recife era uma cidade que estava se transformando em Fantasmagoria, ou seja, estava se convertendo em produto turístico, em mercadoria. Todo esse processo é o início da construção de uma imagem. Com os seus monumentos, suas praias e com o seu “povo afável”. Que hoje tomamos como uma imagem naturalizada, como se esse processo não fosse algo gestado, construído.

É nesse sentido que a investigação histórica que tem como objeto o turismo procura refletir sobre essas fantasmagorias urbanas que são criadas como representações de cidade. Estas que se transformam a cada vez que alguém as narra e relata suas experiências.

Para os viajantes que cá estiveram o que restou foi a impressão de uma recepção eficaz que marcou positivamente a perspectiva da comitiva sobre o Recife. “É uma pena não ficarmos mais tempo nesta cidade tão acolhedora e bela como o Recife” (Jornal do Commercio, 25/07/1939) Foi o que falou a vice-presidente da WFEA em sua breve passagem.

Portanto, a tarefa a que se propôs a Diretoria de Estatística Propaganda e Turismo foi cumprida com aparente êxito. Porém, é preciso se aprofundar ainda mais nas pesquisas para identificar qual o projeto de Turismo que foi vitorioso nesse cenário.

BIBLIOGRAFIA

ALMEIDA, Maria das Graças Andrade de. **A Construção da Verdade Autoritária**. São Paulo: Humanitas/FFLCH/USP, 2001.

BARROS, Manuel de Souza. **Sobre agências de Turismo no Recife**. In. Boletim do Porto e da Cidade. Recife: Diretoria de Estatística Propaganda e Turismo, 1940, Nº3.

BOLLE, Willi. **Fisiognomia da Metr6pole Moderna**: Representa76es da Hist6ria em Walter Benjamin. S6o Paulo: EDUSP, 1994.

BRAY, Silvio Carlos. **A Vis6o de Mundo de Pierre Deffontaines e a Ideologia da Cultura Brasileira na d6cada de 30**. *Geografia*, Vol. 18, n6 2, 1993.

CERTEAU, Michel de. **A inven76o do cotidiano**: 1. Artes de Fazer. Petr6polis, RJ:Vozes, 2007.

LIMA FILHO, Andrade de. **China Gordo**: Agamenon e sua 6poca. Recife, PE: Editora Universit6ria, 1976.

LIMA, Oliveira. **Pan-Americanismo**. Bras6lia: Senado Federal, 1980.

MARROQUIM, Dirceu S. M. **El Aleph**: Aspectos da constitui76o do acervo fotogr6fico da DEPT. Anais do Semin6rio de p6s-graduandos em Hist6ria das Institui76es. Rio de Janeiro, 2010.

PEREIRA, Nilo. **Agamenon Magalh6es**: Uma evoca76o pessoal. Recife, PE: Secretaria de Governo, 1973.

PONTUAL, Virg6nia. **Uma Cidade e dois prefeitos**. Recife: Ed. Universit6ria, 2001.

RAMOS, Graciliano. **Viagem**. S6o Paulo: Record, 2007.

TURISMO, Diretoria de Estat6stica Propaganda e. **Revista Arquivos**. Recife:1944

URRY, John. **O Olhar do Turista**. S6o Paulo:Studio Nobel: SESC, 1996.

Jornais Consultados:

Di6rio da Noite – Rio de Janeiro, RJ.

Di6rio de Pernambuco – Recife, PE.

Folha da Manh6 – Recife, PE.

Jornal do Comm6rcio – Recife, PE.