

Turismo, Comunicação Social e Patrimônio Histórico no Estado Novo (1937- 1945)

DENIO SANTOS AZEVEDO*¹

POLYANA BITTENCOURT ANDRADE**

Os atores sociais que pensam e planejam a atividade turística são transformadores de bens naturais, práticas culturais, construções humanas e cotidianos em bens de consumo. Estes são ainda inventores de eventos, tradições e inovações que são normalmente vinculadas à imagem de uma cidade ou de um país e que pode/deve representar socialmente os seus residentes. Isto depende de planejamento turístico, estratégias de marketing, criações publicitárias, análise de mercado, relações de poder, investimentos público e/ou privado, consumidores, dentre outros. Tais produtos passam a ser denominados no universo do turismo como “atrativos turísticos”, ou seja, motivadores do deslocamento programado de “turistas” a partir de diferentes objetivos para os chamados “destinos turísticos”.

Assim como os atrativos turísticos, os bens culturais que são considerados pelas instituições oficiais do patrimônio cultural também são construções sociais, historicamente localizadas em contextos sócio-culturais específicos. Em muitos casos esta nova roupagem atribuída às construções humanas é imposta e na maioria dos casos sem a participação dos residentes nesta elaboração. Os lugares são transformados, restaurados e adaptados, são selecionados a partir de justificativas históricas, artísticas ou de qualquer outra ordem, modificam rotinas e segmentam frequentadores, usuários e consumidores para a prática da atividade turística e os novos usos do patrimônio cultural.

Assim como na escolha dos bens que se tornarão patrimônio cultural os lugares turísticos selecionam, lidam com relações de poder, procuram gerar consensos e estabelecem os esquecimentos. A história, a memória e as identidades são justificativas recorrentes nas práticas discursivas dos atores sociais que elaboram os estudos que ratificam ou transformam os objetos e as práticas em elementos fundamentais para o (re)conhecimento das comunidades.

* Doutorando em Sociologia (PPGS/UFS). Professor do Núcleo de Turismo da UFS.

** Mestre em Ciências Sociais (UFRN). Professora do curso de Comunicação Social da Universidade Tiradentes.

As cidades passam a ser representadas socialmente, sobretudo, a partir dos elementos selecionados, tombados, registrados, divulgados e que devem ser consumidos por residentes e turistas a partir dos usos sociais estabelecidos para os bens culturais para possivelmente atender a uma “lógica do consumo” (FEATHERSTONE, 1995: 35). A construção de imagens e imaginários sobre as cidades a partir do seu patrimônio é uma especialidade da promoção dos destinos. A (re)invenção do carnaval de Veneza a partir década de 1980, Paris da Torre Eiffel e as pirâmides do Egito são exemplos clássicos destas construções, afinal a atividade turística deve auxiliar, inclusive financeiramente, na manutenção do patrimônio. São criadas as “imagens de marca” (SOUSA, 2006) das cidades, tendo no patrimônio cultural o seu grande referencial.

Trazendo esta realidade para o recorte temporal aqui estabelecido, percebe-se que no Estado Novo (1937-1945), não diferente de diversos momentos da história do Brasil, o patrimônio histórico e artístico, o turismo e a propaganda passaram a ser uma questão política. Houve, em cada um destes, tentativas de controle, organização e investimentos por parte do governo de Getúlio Vargas. Este trio passava a ser orientado politicamente para, dentre outros motivos, auxiliar na elaboração de uma ideologia da cultura brasileira e fazer com que o brasileiro e o estrangeiro tivessem uma visão positiva do Brasil.

O Estado Novo procurou de alguma forma integrar estas várias atividades em torno de um centro de poder, o próprio Estado. A partir deste momento deveria existir uma política pública de Turismo e de patrimônio histórico e artístico, além de certo controle da imprensa e divulgação de imagens e mensagens que reforçavam a construção de uma identidade nacional. Lembrar que com a criação do Departamento de Imprensa e Propaganda – DIP, que abrigava a Divisão de Turismo, a censura às práticas teatrais, às atividades públicas e às produções cinematográficas passaram a ser responsabilidades desse órgão. Por mais que os departamentos aqui criados sejam diferentes, os objetivos que circundam são bem parecidos.

Diante deste contexto, pretende-se nesta pesquisa entender a criação do DIP, da Divisão de Turismo e do Serviço ao Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – SPHAN enquanto projeto político, pautado na construção da unidade nacional e da imagem positiva do Brasil a partir da ditadura de Vargas durante o Estado Novo. Para tal, será feita uma pesquisa bibliográfica com o intuito de contextualizar o Estado Novo e os ideais nacionalistas de Getúlio Vargas. Em seguida serão analisadas duas fontes primárias, o Decreto-Lei nº 25 de 30

de novembro de 1937 que define o patrimônio histórico e artístico nacional e cria o SPHAN e o Decreto Lei 1915 de 27 de dezembro de 1939 que cria o DIP e a Divisão de Turismo para perceber o nacionalismo varguista e as funções que deveriam ser exercidas por cada um nesta construção. Por fim será feita uma breve análise no Arquivo Noronha Santos disponível no *site* do IPHAN para saber o que foi patrimonializado no Estado Novo e o que deveria simbolizar a imagem do Brasil.

Vargas: da Revolução à Ditadura

Movimento modernista, o tenentismo, o comunismo no Brasil, a crise de 1929, das minas, da indústria açucareira e da política Café-com-leite são antecedentes históricos que marcam a ascensão de Getúlio Vargas ao governo do Brasil após a chamada Revolução de 1930. Algumas cidades brasileiras conhecem em tempos e ritmos diferenciados um processo de urbanização e industrialização. A preservação do patrimônio histórico e artístico nacional passava ser justificada graças às grandes transformações ocorridas nestes núcleos urbanos e na perda da importância econômica ou política de variadas cidades, daí a necessidade de criação do SPHAN.

O café continuava a ser o nosso principal produto, mas a ideia de modernidade e modernização tornava pouco provável a aposta na continuidade de um modelo exclusivamente agro-exportador e no modelo político-administrativo. Há o desenvolvimento das fábricas, de uma classe média urbana e do proletariado. De acordo com Dantas (2004: 77-78) “a orientação liberal-oligárquica foi substituída pela dominação populista [...] um projeto político intervencionista, reformista, nacionalista, voltado à reestruturação administrativa” eram características marcantes no governo que iniciava.

Nos estados é o fim dos governadores e o aparecimento dos interventores escolhidos por Vargas como gestores e fiscalizadores de um modelo de Estado que se queria. “Com a Revolução de 30 as mudanças que vinham ocorrendo são orientadas politicamente, O Estado procurando consolidar o próprio desenvolvimento social” (ORTIZ, 2003: 40). O trabalho passa a ser uma característica do governo Vargas e do brasileiro, as lutas por melhores condições de trabalho, a conquista das leis trabalhistas e a construção da imagem do governante como pai do trabalhismo brasileiro justificam tal ideologia norteadora. Por outro

lado é latente a tentativa de controle dos sindicatos e dos trabalhadores ao longo do seu governo.

Um novo modelo de Estado e uma nova perspectiva para a construção de uma identidade nacional ressaltavam nos brasileiros a necessidade de conhecimento e valorização do seu patrimônio histórico e artístico, a elaboração de uma história, geografia e literatura brasileira, o desenvolvimento do civismo e manutenção de algumas práticas populares. Em todas estas etapas houve um apoio significativo das mídias, principalmente do rádio, do jornal impresso e do cinema.

Em 1937, veio o golpe de Estado e com ele o que era “revolução se converteu em ditadura” (WEFFORT, 2006: 251). Seguindo um modelo político centralizador, recorrente no mundo ocidental, Vargas rasgou a constituição, a democracia, o federalismo e os preceitos do liberalismo. O poder legislativo foi extinto em todos os âmbitos. A perseguição aos opositores políticos, a censura e o silêncio dos contrários ao regime deveriam ser escondidas pela propaganda política. Esta ainda deveria criar uma imagem desenvolvimentista, moderna e nacionalista. O governo Vargas foi marcado pelas práticas populistas e populares ao mesmo tempo. O Estado além de organizar a sociedade deveria também controlá-la. Fatores que justificavam a criação do Departamento de Imprensa e Propaganda.

O turismo aparece como um grande exemplo da modernidade e da reorientação de investimentos do Estado na busca do seu desenvolvimento econômico que se queria autônomo, nacional, sólido e na trilha do desenvolvimento. Como na ditadura varguista o turismo estava organizado pelo Estado e vinculado ao DIP teria também como funções divulgar uma imagem positiva do Brasil e de Vargas no exterior e no próprio país.

O turismo, o patrimônio nacional e a propaganda deveria auxiliar no fim do regionalismo, no enfraquecimento de uma política que marcou a República Velha no Brasil e demonstrar a importância da centralização política na organização e desenvolvimento do Estado. Tais funções serão mais bem percebidas no desenvolver deste escrito.

DIP, Divisão de Turismo e Patrimônio Histórico e Artístico na Ditadura Varguista

Toda e qualquer cidade, bem cultural, ator social ou prática sócio-cultural possui história. Mesmo que a sua origem seja recente, o desenvolvimento da história do tempo

presente não é mais nenhuma grande novidade nos debates acadêmicos. Então porque ainda utilizar a expressão patrimônio histórico no universo das gestões públicas, nas práticas de lazer e na atividade turística eliminando o conceito de patrimônio cultural? O conceito de patrimônio histórico foi ancorado nos debates mundiais contemporâneos a sua criação². Este foi oficializado na gestão do então Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil Getúlio Dornelles Vargas, quando criou em 1934 a Inspetoria dos Monumentos Nacionais vinculada ao Museu Histórico Nacional, adicionou a preocupação com os monumentos históricos e artísticos na constituição do mesmo ano e em 1937, no Decreto-Lei nº 25 de 30 de novembro, onde em seu Art. 1º dizia:

Constitue o patrimônio histórico e artístico nacional o conjunto dos bens móveis e imóveis existentes no país e cuja conservação seja de interesse público, quer por sua vinculação a fatos memoráveis da história do Brasil, quer por seu excepcional valor arqueológico ou etnográfico, bibliográfico ou artístico.

A principal instituição de preservação, divulgação e fiscalização do patrimônio cultural brasileiro foi criada de forma provisória em 1936 e denominada à época de Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – SPHAN, vinculado ao Ministério da Educação e Saúde que tinha a frente Gustavo Capanema. Lembrar que a educação em Vargas é entendida como forma de construção ideológica nacionalista, como o SPHAN estava diretamente atrelado ao referido Ministério deveria se tornar um grande aliado da educação e propagar os ideais nacionalista do governante. Legitimada em 1937 no mesmo Decreto-Lei nº 25 teve como primeiro diretor Rodrigo Melo Franco de Andrade.

De acordo com Santos Filho (2008) nesse mesmo período, mais precisamente a partir de 1938, o Turismo se tornava política de Estado vinculado ao SIPS – Serviço de Inquérito Políticos e Sociais e o Departamento de Propaganda – DP que atrelados formaram em 1939 o DIP – Departamento de Imprensa e Propaganda e neste uma Divisão de Turismo como mais uma forma de “controle ideológico do Estado”.³ A propaganda turística brasileira criava uma imagem positiva do Brasil e do seu governante interna e externamente, era mais uma forma de construção da identidade nacional e de divulgação dos bens históricos e artísticos que compunham o patrimônio nacional.

² As Cartas de Atenas de 1931 e de 1933.

³ O Decreto Lei 1915 de 27 de dezembro de 1939 que cria o DIP em seu art. 3º informa os seis Departamentos vinculados a este: *O DIP* será constituído de: a) - Divisão de Divulgação; b) – Divisão de Rádio-difusão; c) – Divisão de Cinema e Theatro; d) – Divisão de Turismo; e) Divisão de imprensa ; e) – Serviço Auxiliares, que são os e Comunicações, Contabilidade, Thesouraria, Material, Filmothea, Discothea, Bibliotheca.

Art. 2º O D. I. P. tem por fim: a) centralizar, coordenar, orientar e superintender a propaganda nacional, interna ou externa (...) b) superintender, organizar e fiscalizar os serviços de turismo interno e externo; [...] l) estimular as atividades espirituais, colaborando com artistas e intelectuais brasileiros, no sentido de incentivar uma arte e uma literatura genuinamente brasileiras, podendo, para isso, estabelecer e conceder prêmios; [...] o) promover, organizar, patrocinar ou auxiliar manifestações cívicas e festas populares com intuito patriótico, educativo ou de propaganda turística [...] (Decreto Lei 1915 de 27 de dezembro de 1939)

A relação entre turismo, comunicação social e patrimônio histórico e artístico, as suas funções ideológicas e o seu papel na política de Estado são perceptíveis ao longo do Estado Novo no governo Vargas. A construção de uma identidade nacional, um discurso ufanista, e o civismo foram construídos em oposição ao estrangeirismo. A busca por um Brasil autêntico, genuíno e uma imagem do governo e do Brasil que se queria, distante das práticas ditatoriais do governo Vargas, tiveram como grandes aliados este trinômio. O patrimônio histórico e artístico nacional, por exemplo, excluía toda e qualquer obra de origem estrangeira.

1) que pertençam às representações diplomáticas ou consulares acreditadas no país; 2) que adornem quaisquer veículos pertencentes a emprêsas estrangeiras, que façam carreira no país; 6) que sejam importadas por emprêsas estrangeiras expressamente para adôrno dos respectivos estabelecimentos.
(Decreto-Lei nº 25 de 30 de novembro de 1937, Cap. I; Art. 3º)

Tratando-se de um patrimônio nacional parece óbvio a exclusão destes bens se não fosse levado em consideração o contexto histórico, as mentalidades em voga, o projeto do governo Vargas e a importância de artistas e intelectuais estrangeiros na construção do patrimônio histórico e artístico nacional. A Missão Artística Francesa no século XIX, por exemplo, enfrentou uma forte disputa política e a resistência dos adeptos do barroco, mas fortaleceu dentre outras coisas o Neoclassicismo no Brasil. Os “brasilianistas” e a história do Brasil nas obras de Antonil, Frederick von Martius, Robert Southey e as viagens de Auguste de Saint-Hilaire. As tintas de Félix Taunay, Paul Harro-Harring, Debret e Rugendas são exemplos que caracterizam a importância dos estrangeiros na formação do patrimônio brasileiro.

Já os atores sociais que planejavam oficialmente a atividade turística no Brasil e estavam diretamente vinculados ao DIP transformavam este patrimônio histórico e artístico em atrativo turístico e elementos simbólicos da cultural nacional e da representação do Brasil, principalmente no exterior, já que essa era uma das principais funções desta “agência ideológica” (DANTAS, 2004).

De acordo com o regimento do DIP, a divisão deveria organizar planos de propaganda no exterior e executá-los, organizar fichários e cadastro de informações

turísticas, corresponder-se com outras organizações no plano internacional, organizar e divulgar material de propaganda turística sobre o país. (GOULART, 1990: 72)

O Departamento de Imprensa e Propaganda - DIP foi coordenado pelo sergipano Lourival Fontes e possuía como objetivos centrais “difundir a mensagem do novo regime e abafar os pensamentos contrários” (DANTAS, 2004: 107). Essa narrativa estava diretamente atrelada à divulgação do destino turístico Brasil. Santos Filho (2008: 108) afirma que o DIP elaborou uma variada promoção turística do país e criou diversos “boletins informativos sobre o Brasil em vários idiomas (que foram) distribuído em hotéis, consulados, embaixadas, navios, órgãos públicos no exterior”.

Além disso, muitas das produções internas, festas populares, eventos cívicos e manifestações religiosas, que eram representativos de comunidades locais foram ressignificados por atores sociais que planejavam a ideologia estatal, inclusive membros da Divisão de Turismo, e passaram a representar simbolicamente elementos de identidade nacional. Apropriadas como elementos de distinção do Brasil, serviram de construção de uma imagem de proximidade entre a população e o governante, preocupação do Estado com as causas populares e valorização do que é do Brasil.

Percebe-se que essa seleção orientada politicamente privilegiou momentos da história do país, grupos sociais dominantes, estilos artísticos e arquitetônicos e sujeitos. Para tal, vários outros esquecimentos foram muito bem planejados, com objetivos múltiplos e continuaram durante muito tempo, alguns até os dias atuais, nos subterrâneos da história. Estas observações ficam evidentes na seleção do patrimônio histórico e artístico nacional durante o Estado Novo.

O Patrimônio Histórico e Artístico e a Ideologia Varguista

A ideia de patrimônio histórico e artístico neste contexto era constituída do que hoje é entendido como patrimônio cultural material, ou seja, constituído de bens culturais tangíveis, móveis e imóveis, com privilégios para os bens de “pedra e cal”, e patrimônio natural, eliminando o conceito de patrimônio cultural imaterial hodierno⁴. Os bens patrimoniais

⁴ Somente em 04 de agosto de 2000, o Decreto nº 3.551 institui o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial.

históricos e artísticos passíveis de tombamento deveriam ser “inscritos separada ou agrupadamente num dos quatro Livros do Tombo”⁵ de acordo com o Art. 1º § 1º do Decreto-Lei nº 25 de 30 de novembro de 1937 e ser de “interêsse público”. Será que este interesse era público? O público foi consultado sobre quais bens representam a sua herança cultural e devem ser tombados?

No Brasil, desde o século XIX os governantes entenderam a relação entre história, memória, patrimônio e construção de identidade nacional. É possível perceber essa relação de forma mais acentuada desde a criação do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro - IHGB em 1838 e de suas congêneres até o início do século XX. O Brasil apresentava-se como desafiador, pois os traços de brasilidade eram múltiplos, distintos e pautados em elementos que fugiam dos padrões estabelecidos pelos contextos, pela ciência, pela ideia de civilização e pelas teorias em voga. Heranças indígenas e afro-brasileiras não eram muito bem vistas no processo de construção de uma imagem brasileira, do nacionalismo que se queria e do futuro econômico que se imaginava. Pensamento fragmentado na Semana de arte Moderna de 1922, mas que não vigorou entre uma parcela significativa da elite intelectual brasileira. Daí uma primeira contradição o brasileiro poderia não se identificar com o acervo cultural que o representava.

Os bens culturais patrimonializados serviriam como símbolos identitários para a formação do Estado-Nação brasileiro e por isso deveriam ter uma vinculação a fatos memoráveis da história do Brasil.

Quanto ao que podemos chamar de “cultura do patrimônio”, outro inconveniente é a associação imediata entre “patrimônio” e os conteúdos ideológicos que interessavam ao Estado Novo à época, tais como o estímulo ao sentimento de nacionalidade e a pretensão de amalgamar a nação em torno de uma identidade cultural “consentida”, como apontou Antônio Luís Dias de Andrade. (PINHEIRO, 2006:9)

Como existe algo que deve ser memorável é porque existe algo que deve ser esquecido. E o que deve ser memorável na história do Estado brasileiro? Os jogos da memória levam a campo uma verdadeira disputa entre o individual e o coletivo, o passado e o presente, o real e o imaginário, a continuidade e as transformações, que ao final de cada partida

⁵ Em seu Cap. II; Art. 4, a saber: 1) Livro do Tombo Arqueológico, Etnográfico e Paisagístico, as coisas pertencentes às categorias de arte arqueológica, etnográfica, ameríndia e popular; 2) Livro do Tombo Histórico, as coisas de interêsse histórico e as obras de arte histórica; 3) Livro do Tombo Histórico, as coisas de interêsse histórico e as obras de arte histórica; 4) Livro do Tombo das Artes Aplicadas, as obras que se incluírem na categoria das artes aplicadas, nacionais ou estrangeiras.

percebe-se que o resultado é uma construção dinâmica, fragmentada, seletiva e às vezes inventiva.

De acordo com Halbwachs (2006) memórias são construções dos grupos sociais, são eles que determinam o que é memorável e os lugares onde essa memória será preservada. No caso específico deste estudo uma elite intelectual engajada com a construção da memória nacional que interessava ao estado brasileiro esteve à frente das instituições governamentais e dos organismos que patrimonializam os bens culturais. São os responsáveis por criarem um patrimônio cultural nacional oficial onde o esquecimento é um ato político e os grupos taxados de minoritários devem ficar no subterrâneo da história.

A escolha de um bem cultural que será tombado segue uma seleção pautada em critérios definidos pelos agentes que estão à frente das instituições responsáveis pelas políticas de patrimonialização. Especificamente, no caso do patrimônio cultural no Brasil, Arantes (2009: 16) pergunta: “até que ponto e para quem, as representações patrimoniais constituíram de fato referências de pertencimento à nação?” Percebe-se que o patrimônio cultural material privilegiou durante décadas o tombamento de bens de “pedra e cal” que ressaltavam e preservavam as construções vinculadas às instituições sociais dominantes como o estado e a igreja ou as famílias que se destacaram na política ou na economia, principalmente durante a colônia ou império.

A esteticidade das cidades foi ressaltada, as cidades mineiras, por exemplo, passaram a ser parâmetros de um modelo pautado em uma autenticidade nacional que destacava a arquitetura colonial, prioritariamente o barroco como grande expressão nacional. De acordo com o Decreto nº 22928 a cidade de Ouro Preto foi erigida como Monumento Nacional desde 12/07/1933 e serviu como base, modelo, projeto para a patrimonialização no Brasil. Na crise econômica da pós euforia da pecuária e do ouro a cidade foi usada como “matéria-prima para um laboratório de nacionalidade de inspiração modernista, deixando as populações que lá moravam subordinadas a esta visão idealizada, não sendo elas sequer o motivo de referência”. (MOTTA, 1987, p. 28).

De acordo com a relação fornecida pelo Arquivo Noronha Santos no *site* do IPHAN, www.iphan.gov.br, no período de 1938 a 1945 são contabilizados 417 tombamentos. O número de bens tombados não pode ser preciso neste momento já que foi percebido que um mesmo prédio possui duas funções, ou fizeram um único processo de patrimonialização para

dois bens materiais. Exemplificam as duas situações: Convento e Igreja; Casa-Grande e Capela. Tais tombamentos foram distribuídos da seguinte forma: Região Nordeste, 204, sendo em Alagoas 1; na Bahia 117; no Ceará 1; no Maranhão 3; na Paraíba 14; em Pernambuco 41; no Piauí 6; e em Sergipe 21. Já no Sudeste estão presentes 178 tombamentos, no Espírito Santo 4; em Minas Gerais 64; no Rio de Janeiro 93 e em São Paulo 17. No Sul do Brasil temos 26 tombamentos, sendo 9 no Paraná; 12 no Rio Grande do Sul e 5 em Santa Catarina. Na região Norte 8 sendo todos no Pará. Já no Centro-Oeste apenas 1 em Goiás.

O privilégio aos bens materiais imóveis e a memória da Igreja Católica é perceptível já que é predominante nesta relação o tombamento de igrejas, conventos, capelas, mosteiros, Santas Casas, Seminários e Colégios vinculados diretamente a esta instituição religiosa. Casas, solares e sobrados normalmente representante de uma arquitetura barroca pertencentes a uma elite política e econômica também chamam atenção nesta lista. O conjunto arquitetônico e urbanístico das cidades mineiras de Mariana, São João Del Rei, Serro e Tiradentes seguiram os paços de Ouro Preto no reforço a memória daquilo que deveria ser memorável no Brasil. No Nordeste além dos bens materiais já destacados a atenção também é voltada para os engenhos.

Os bens materiais móveis que mais aparecem na lista são as coleções museais. Como exemplo pode-se citar a coleção de armas e apetrechos militares do Museu de Armas General Osório em Tramandaí no Rio Grande do Sul; e as coleções arqueológica, etnográfica, histórica e artística dos Museus Júlio de Castilho (RS); Museu Paulista da Universidade de São Paulo; Museu Paranaense (PR); Museu Coronel David Carneiro (PR); Museu do Estado de Pernambuco (PE); Museu Paraense Emílio Goeldi (PA) e Museu Mariano Procópio (MG).

Pode-se ressaltar ainda no estado do Rio de Janeiro, a patrimonialização de bens naturais. No Decreto-Lei nº 25 de 30 de novembro de 1937 em seu Cap. I; Art. 1º; § 2º afirmava que “[...] são também sujeitos a tombamento os monumentos naturais, bem como os sítios e paisagens que importe conservar e proteger pela feição notável com que tenham sido dotados pelo natureza ou agenciados pelo indústria humana” . A título de exemplo pode-se citar: da Ilhota do Morcego em Angra dos Reis, o conjunto paisagístico da Ilha de Boa Viagem em Niterói, as Praias de Paquetá e na capital do Brasil naquele momento, o Jardim Botânico, o Jardim e Morro do Valongo e os Morros da cidade do Rio de Janeiro.

Não se pode esquecer que a criação de uma imagem do “Brasil Paraíso” (BIGMAN, 2005) com uma forte divulgação do Rio de Janeiro e sua diversidade natural foi uma das grandes características da divulgação turística durante o governo Vargas. A “cidade maravilhosa” possuía a melhor infra-estrutura turística da época, reconhecido por Castro (2006: 120) como “o local turístico por excelência, praticamente não existindo outras cidades ou locais turísticos concorrentes”. O referido autor destaca ainda a construção do hotel Copacabana Palace e da fundação da Sociedade Brasileira de Turismo, em 1926, o Cristo Redentor em 1931, o início dos desfiles de carnaval em 1932. Não se pode esquecer que a cidade do rio de Janeiro era neste momento a capital do Brasil, a porta de entrada para os outros estados brasileiros.

Com isto, vilas operárias, quilombos urbanos e variadas representações de grupos sociais menos favorecidos foram estrategicamente esquecidos. Paradoxalmente, uma parcela significativa da população brasileira não consegue se reconhecer nos bens patrimonializados neste período. Igrejas que os seus antepassados não podiam sequer adentrar, casarões que os seus familiares não sabiam sequer da sua existência, “lugares de memória” (NORA, 1993) que não trazem lembranças ou estas devem ser esquecidas, pois relata a situação de domínio, exclusão e/ou exploração de variados atores sociais. “A memória nacional se refere a uma história que transcende os sujeitos e não se concretiza no seu cotidiano. [...] a memória nacional é da ordem da ideologia, ela é o produto de uma história social, não da ritualização da tradição” (ORTIZ, 2003: 135). Além disso, muitos bens culturais patrimonializados foram restaurados e fechados ou destinados a parcelas específicas da comunidade ou direcionados para fins turísticos.

Portanto, o patrimônio pode ser “integrado às culturas locais ou recusado por elas; tudo depende dos usos sociais a que vier a servir” (ARANTES, 2009: 17). Aqui há relações de poder, conflitos, aceitações, negações, omissões, indiferenças e “contra-usos” (LEITE, 2004). Em certos casos, a imposição dos objetivos atrelada a uma patrimonialização não foi absorvida pelos atores sociais como se estes fossem simplesmente uma folha em branco a ser preenchida. Mas isso pode ser interpretado como reflexos de práticas cotidianas ao longo dos anos, o discurso á época aqui pesquisada deveria gerar uma unidade nacional e tinha no DIP e em uma das suas divisões, a Divisão de Turismo o maior divulgador desta pretensão. O patrimônio histórico e artístico nacional deveria servir como um recurso didático de

alfabetização à população e até mesmo aos técnicos do SPHAN que não conheciam as coisas do Brasil. Como qualquer processo de formação educacional foi pautado por relações de poder, seleções e silêncios, mas especificamente nesse caso, orientados politicamente no processo de construção da identidade nacional brasileira e na elaboração de uma memória coletiva positiva de Vargas e do Brasil.

Considerações Finais

A relação entre turismo, propaganda e patrimônio cultural no Brasil enquanto política de governo foi institucionalizada no Estado Novo com Getúlio Vargas. Com objetivos e usos bem delimitados e centrados em um modelo ditatorial de Estado, na construção da identidade nacional. O patrimônio auxiliou na preservação e contemplação de bens materiais de “pedra e cal” que preservavam a memória de um contexto histórico, a colônia, de um modelo arquitetônico, o barroco e dos grupos dominantes. O turismo e a propaganda se apropriaram em parte deste patrimônio e criou uma imagem positiva do Brasil e dos brasileiros.

Estas três áreas só puderam manter as suas atividades durante o Estado Novo porque assumiram os objetivos e eram ferramentas fundamentais na concretização do principal projeto ideológico do Estado Novo, a afirmação de uma cultura brasileira e de uma identidade nacional. Um Estado marcado por um centralismo político, pelo autoritarismo e que retrocedeu a todo e qualquer ganho democrático que o país havia conquistado até então, necessitava de matéria-prima para a construção de práticas populistas. O governo precisava estar próximo à população, preocupado com o seu patrimônio histórico e artístico e que mostrava para o mundo as belezas do Brasil.

Vargas colocou à frente do DIP e do SPHAN intelectuais e profissionais que tinham um respaldo junto a uma parcela significativa da sociedade brasileira, que além de auxiliar na construção deste projeto nacional, davam visibilidade e respaldo necessário a manutenção das práticas do ditador. O próprio SPHAN é uma instituição pioneira na preservação de bens históricos e artísticos na América Latina e logo foi vista com muitos bons olhos no exterior, principalmente na Europa Ocidental, onde desde o séc. XVIII têm-se uma preocupação com a preservação deste patrimônio. Elemento fundamental na construção da imagem do Brasil e do seu governante.

A proteção à cultura brasileira, aos bens de “pedra e cal” representativos da nação, aos objetos que demarcavam a história e a memória do Brasil que se queria, a valorização de “heróis nacionais” e as narrativas e imagens que simbolizam o Brasil e os brasileiros são estratégias utilizadas em diversas construções de identidade nacional. O projeto de Vargas foi duradouro e orientou as diversas posições tomadas pela sociedade brasileira até o finaldo séc. XX. Modernidade, nacionalismo e desenvolvimentismo marcaram o debate intelectual e político no Brasil por pelo menos mais cinco décadas. Vargas deixou a vida e entrou para história muito mais como pai dos pobres e do trabalhismo brasileiro do que como ditador. Portanto, uma parcela significativa do seu projeto foi êxitosa e teve no turismo, nas mídias e no patrimônio histórico e artístico aliados fundamentais nesse processo de construção.

Referência

ARANTES, Antonio A. Patrimônio Cultural e Cidades. In: FORTUNA, Carlos; LEITE, Rogério Proença (orgs.). **Plural de Cidade: léxicos e culturas urbanas**. Coimbra: Edições Almedina AS, 2009. p. 11 – 24.

BIGNAMI, Rosana. **A imagem do Brasil no turismo**. 2ª Edição. São Paulo: Ed. Aleph, 2005.

CASTRO, Celso. A natureza turística do Rio de Janeiro. In: **Banducci Júnior, Álvaro; BARRETO, Margarita**. (orgs.). **Turismo e Identidade Local: uma visão antropológica**. 5. ed. Campinas/SP: Papirus, 2006. p. 117 - 126.

DANTAS, Ibarê. **História de Sergipe: República (1889 – 2000)**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2004.

Decreto nº 22.928 de 12 de julho de 1933. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-22928-12-julho-1933-558869-publicacaooriginal-80541-pe.html>>. Acesso em: 18/08/2012.

Decreto-Lei nº 25, De 30 de Novembro de 1937. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del0025.htm. Acesso em: 28/11/2012.

Decreto Lei 1915 de 27 de dezembro de 1939. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1930-1939/decreto-lei-1915-27-dezembro-1939-411881-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em 05/12/2012.

FEATHERSTONE, Mike. A estetização da vida cotidiana. In: **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995. p. 49-61.

XXVII SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA

Conhecimento histórico e diálogo social

Natal - RN • 22 a 26 de julho 2013

ANPUH
BRASIL

GOULART, Silvana. **Sob a verdade oficial**: Ideologia, propaganda e censura no Estado Novo. São Paulo: Marco Zero, 1990.

LEITE, Rogério Proença. **Contra-usos da cidade**: lugares e espaço público na experiência urbana contemporânea. Campinas: Ed. da Unicamp; Aracaju: Ed. da UFS, 2004.

HALBWACHS, M. **A Memória Coletiva**. Trad. de Beatriz Sidou. São Paulo: Centauro, 2006.

MOTTA, Lia. A Sphan em Ouro Preto: uma história de conceitos e critérios. In: **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**. nº 22. Rio de Janeiro: Secretaria do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional do Ministério da Cultura, 1987.

NORA, Pierre. “Entre Memória e História: a problemática dos lugares”. In: **Projeto História**. São Paulo: PUC, n. 10, dezembro de 1993. p. 07-28.

PINHEIRO, Maria Lúcia Bressan. Origens da noção de Preservação Cultural no Brasil. In: **Risco** – Revista de Pesquisa em Arquitetura e Urbanismo. São Paulo: EESC/USP, 2006. p. 4 - 14.

ORTIZ, Renato. **Cultura Brasileira e Identidade Nacional**. 4ª reimpr. São Paulo: Brasiliense, 2003.

SANTOS FILHO, João dos. O Turismo na Era Vargas e o Departamento de Imprensa e Propaganda – DIP. In: **CULTUR** – Revista de Cultura e Turismo. Ano 02 – n. 02 – jul/2008. p. 102 - 115.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media**. Universidade da Beira Interior. Porto: 2006. Disponível em : < <http://bocc.unisinos.br/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-teoria-pequisa-comunicacao-media.pdf>>. Acesso em: 18/06/2011.

WEFFORT, Francisco C. **Formação do Pensamento Político Brasileiro**: ideias e personagens. São Paulo: Ática, 2006.