

## IMAGENS TURÍSTICAS DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO NAS TRÊS PRIMEIRAS DÉCADAS DO SÉCULO XX: UMA VIAGEM ATRAVÉS DE GUIAS, MAPAS E DAS CRÔNICAS DE VIAGEM EM AGUAFUERTES CARIOCAS

Amanda Danelli Costa\*  
Karina Gomes Silva Garcia\*\*

### Resumo

**Resumo:** Como várias cidades que se tornaram destinos para viajantes e turistas desde o advento da atividade turística, o Rio de Janeiro desde o início do século XX tem investido em se tornar uma cidade conhecida nacional e internacionalmente a fim de atrair mais visitantes. Através de uma seleção e revisão de referências que analisam a organização dos destinos e das imagens turísticas, observamos que tal investimento se revela de muitas formas, diretas e indiretas, como a veiculação de visões da cidade através dos guias e mapas turísticos, crônicas literárias publicadas aqui e alhures e também algumas ações de reforma urbana que visavam atualizar a cidade e adequá-la aos gostos das modernas formas de lazer. Nesse sentido, visamos colaborar com uma avaliação sobre a formação e transformação da imagem turística do Rio de Janeiro nas primeiras décadas do século XX a partir de estudos sobre guias e mapas turísticos; e refletimos sobre as imagens da cidade construídas nas representações presentes em crônicas literárias, especialmente em *Aguafuertes Cariocas* de Roberto Arlt. Assim, percebemos a necessidade de que mais pesquisas coloquem a imagem turística das cidades em perspectiva histórica a fim de melhor compreendermos como ela se transforma, bem como a variedade de atores e disputas envolvidos nesse processo.

**Palavras-Chave:** Rio de Janeiro; imagem turística; guias e mapas turísticos; crônicas

## TOURIST IMAGES OF THE RIO DE JANEIRO CITY IN THE FIRST THREE DECADES OF 20<sup>TH</sup> CENTURY: A TRIP THROUGH GUIDES, MAPS AND AGUAFUERTES CARIOCAS

**Abstract:** Similar to several cities that have become destinations for travelers and tourists since the advent of tourism, as of the beginning of the 20th century Rio de Janeiro has been making efforts to become known nationally and internationally so as to attract more visitors. Through a selection and review of references that analyze the organization of destinations and tourist images, we observe that Such efforts can be detected in a number of direct and indirect ways, such as the dissemination of images of the city by means of tourist guides and maps, literary chronicles published here and elsewhere, and some urban reform actions aimed at updating the city and adapting it to tastes of modern forms of leisure. For a closer analysis of those images, we intend to collaborate with an evaluation of the formation and transformation of the tourist image of Rio de Janeiro in the first decades of the 20th century based on studies of guides and tourist maps. We also evaluate the images of the city developed in the representations in literary chronicles, especially in *Aguafuertes Cariocas* by Roberto Arlt. Thus, we perceive the need for more research to place the tourist image of cities in historical perspective in order to better understand how it transforms, as well as the variety of actors and disputes involved in this process.

**Keywords:** Rio de Janeiro; tourist image; tourist guides and maps; chronicles

## IMÁGENES TURÍSTICAS DE LA CIUDAD DE RÍO DE JANEIRO EN LAS TRES PRIMERAS DÉCADAS DEL SIGLO XX: UN VIAJE A TRAVÉS DE GUÍAS, MAPAS Y LAS CRÔNICAS DE VIAJE EN AGUAFUERTES CARIOCAS (1904-1930)

**Resúmen:** Como varias ciudades que se han convertido en destinos para viajeros y turistas desde el advenimiento de la actividad turística, Río de Janeiro desde principios del siglo XX ha invertido en convertirse en una ciudad conocida nacional e internacionalmente para atraer a más visitantes. A través de una selección y revisión de referencias que analizan la organización de los destinos y de las imágenes turísticas, observamos que tal inversión se revela de muchas formas, directas e indirectas, como la transmisión de visiones de la ciudad a través de los guías y mapas turísticos, crônicas literarias publicadas aquí y en otras partes del mundo y también algunas acciones de reforma urbana que pretendían actualizar la ciudad y adecuarla a los gustos de las modernas formas de ocio. En ese sentido, pretendemos colaborar con una evaluación sobre la formación y transformación de la imagen turística de Río de Janeiro en las primeras décadas del siglo XX a partir de estudios sobre guías y mapas turísticos; y reflexionar sobre las imágenes de la ciudad construidas en las representaciones presentes en crônicas literarias, especialmente en *Aguafuertes Cariocas* de Roberto Arlt. Así, percibimos la necesidad de que más investigaciones pongan la imagen turística de las ciudades en perspectiva histórica a fin de mejor comprender cómo estas imágenes se transforman, así como la variedad de actores y disputas involucrados en ese proceso.

**Palabras-llave:** Rio de Janeiro; imagen turística; guías y mapas turísticos; crônicas.



Licenciada por Creative Commons  
Atribuição Não Comercial / Sem  
Derivações/ 4.0 / Internacional

\*Doutora em História/PUC-Rio, 2011; Mestra em História/PUC-Rio, 2007; Bacharela e Licenciada em História/UERJ, 2004. Professora Adjunta do Departamento de Turismo da UERJ. Áreas de interesse/atuação: História do Rio de Janeiro; História Intelectual; História do Turismo; Imagens de Destinos Turísticos. Endereço profissional: Departamento de Turismo/UERJ - Rua Lúcio Meira, 233, Várzea, Teresópolis. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1855259803755979> [ [amandadanelli@hotmail.com](mailto:amandadanelli@hotmail.com) ]

\*\*Bacharela em Turismo/UERJ, 2015. Áreas de interesse/atuação: Imagem turística da cidade do Rio de Janeiro. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5676744963541171> [ [karinags.garcia@gmail.com](mailto:karinags.garcia@gmail.com) ]

## 1 INTRODUÇÃO

O presente artigo propõe que se lance luz sobre um tipo de reflexão que vem se apresentando de forma cara tanto ao campo das produções vinculadas à História do Rio de Janeiro como ao campo em desenvolvimento da História do Turismo no Brasil. Aqui se ensaiam alguns dos primeiros resultados exploratórios vinculados ao projeto de pesquisa “Rio de Janeiro, lugar de cultura: da experiência urbana ao turismo de experiência”, hospedado na Universidade do Estado do Rio de Janeiro e que, atualmente, se encontra em reformulação.

A aproximação desses dois campos nos levou a uma desconfiança inicial, posteriormente confirmada como se verá abaixo, de que a atual imagem turística da cidade do Rio de Janeiro – das belezas naturais associadas especialmente às paisagens das praias atlânticas – não havia sido a única imagem turística da cidade ao longo de todo o século XX. Seguindo os passos de autores como Souza (1995), Castro (1999), O’Donnell (2013) e Perrotta (2015), entendemos que uma das condições de aproximação dos dois campos de pesquisa citados acima era a de que tais imagens turísticas do Rio, e de outras cidades, fossem postas em perspectiva histórica, ou seja, fossem percebidas como representações elaboradas e forjadas em um determinado contexto histórico que, se não condicionava, ao menos influenciava o modo como essas representações então se apresentaram, se fixaram e perduraram no tempo.

No caso da cidade do Rio de Janeiro, temos que a observação das primeiras décadas do século XX se torna ainda mais estimulante vide as várias reformas que a cidade enfrentava, sua expansão e as disputas então ensejadas, frequentemente noticiadas e comentadas pelas crônicas que circulavam nos principais periódicos, o que revelava associações entre literatura e jornalismo reunidas em uma experiência de vida intelectual ativa, efervescente e responsável pela construção e veiculação de interpretações da vida material e da cultura urbana da então cidade-capital.

Se até os anos 1920 era a partir do centro da cidade que se elaboravam tais representações, era também em direção ao centro da cidade que chegavam os visitantes interessados em reconhecer ali os parâmetros da modernidade que circulavam mundo afora e que na cidade do Rio de Janeiro se reproduziam, tal como os guias e mapas sugerem.

Ao longo dos anos 1920, e principalmente nas décadas posteriores, temos uma mudança nesse cenário associada à expansão e valorização dos bairros atlânticos e à consequente transformação na cultura urbana carioca, que passa a reconhecer e

apreciar os gostos, hábitos e valores típicos de um balneário, como já se observa nas crônicas aqui analisadas.

Nesse sentido, entendemos que guias, mapas, cartões-postais (estes em particular não são objeto deste estudo) e as crônicas formam uma importante coleção de fontes sobre as quais vale nos debruçarmos a fim de melhor compreendermos como foram criadas, fixadas e transmitidas as primeiras imagens turísticas da cidade, sendo este o objetivo central deste texto: observar genericamente através de registros como guias e mapas e especificamente através das crônicas reunidas em *Aguafuertes Cariocas*, de Roberto Arlt, como se forjaram e se transformaram as primeiras imagens turísticas da cidade do Rio de Janeiro.

Neste artigo, portanto, além de propormos uma revisão teórica baseada em uma seleção da literatura especializada, analisamos algumas dessas fontes a fim de melhor balizarmos nossos argumentos. Vale ressaltar, quanto ao aspecto metodológico, que valorizamos a necessidade – especialmente a fim de fortalecer um campo em desenvolvimento como é o caso da História do Turismo – de articular as principais noções presentes nas produções que se tornaram referências no tema. Esse exercício, no entanto, funciona no presente estudo como uma ferramenta de acesso ao que já foi produzido sobre imagem turística da cidade do Rio de Janeiro a fim de observarmos como a presente investigação se insere e se filia a um grupo de pesquisas que guardam o mesmo interesse basilar. Desse modo, muito embora esteja proposta uma revisão teórica, entendemos que este não é um dos objetivos centrais do presente estudo, de modo que tal revisão se limita, através de uma seleção, a apresentar uma cena de debates na qual nossa proposta se insere.

Para a elaboração dessa revisão, realizamos uma busca em diferentes bases de dados, que nos levaram a uma série de artigos acadêmicos e referências a livros que tratam de questões afins às nossas, como: planejamento, gestão e marketing de destinos turísticos e imagem turística da cidade do Rio de Janeiro. Feito o levantamento e a leitura do material, escolhemos apresentar em nossas referências apenas aqueles autores com os quais dialogamos diretamente na construção do presente artigo. Vale sublinhar que para a confecção deste texto foram utilizados principalmente artigos e livros nacionais, o que poderá ser transposto em publicações vindouras especialmente com as contribuições estrangeiras quanto ao tema do planejamento, gestão e marketing de destinos turísticos.

Quanto às fontes selecionadas, vale esclarecer que o corpo principal de fontes são as crônicas de Roberto Artl reunidas em *Aguafuertes Cariocas*. Desse modo, se os estudos sobre guias e mapas aqui referenciados nos permitem uma leitura que se pretende mais genérica e ampla sobre o tema – observando especialmente o que há de comum e de particular entre alguns deles – são as crônicas de viagem escritas sobre e na cidade do Rio de Janeiro, enviadas ao exterior para serem publicadas em Buenos Aires, que nos interessam particularmente neste artigo.

As crônicas de Artl, como veremos adiante, pretendiam exercer a mesma função das águas-fortes: fixarem fielmente imagens da cidade visitada. Na análise das crônicas nos coube, entretanto, ponderar o caráter da pretensa fidelidade anunciada pelo autor, uma vez que reconhecemos que há na produção das crônicas um jogo de intenções e tensões mediadas pela subjetividade e pela experiência particular do cronista na cidade do Rio de Janeiro. Essas tensões, no entanto, não nos impedem de observar como o cronista traduz esse momento que ainda é de confluência entre duas imagens turísticas: a primeira associada ao centro da cidade reformado e à cultura boêmia; e a segunda vinculada à paisagem dos bairros atlânticos.

As crônicas que compõem *Aguafuertes Cariocas* foram reunidas em livro e, apesar de terem sido publicadas recentemente em português, a versão aqui utilizada se encontra na língua original. Na construção deste artigo, os mapas e guias são complementares à análise das crônicas, revelando o que se consolidava como a primeira imagem turística da cidade nos princípios do século XX, antes, portanto, do que as crônicas revelavam se manter ou se transformar em 1930. Apesar de já termos realizado pesquisa travando contato direto com algumas dessas fontes primárias – especialmente os guias – aqui o acesso a essas fontes se deu através das análises presentes nos artigos e livros dos autores que estruturam as nossas referências. Portanto, é através desse diálogo com as nossas referências que chegamos aos mapas e guias e avaliamos como as imagens turísticas da cidade do Rio de Janeiro foram se organizando nas três primeiras décadas do século XX.

Nestas páginas, pretendemos particularmente demonstrar como as crônicas podem também revelar noções presentes nas imagens turísticas que circulavam e se transformaram, adaptando-se a um novo contexto da cidade e de sua cultura urbana, o que por um lado confirma as hipóteses já presentes entre os autores considerados como as principais referências no tema e, por outro, amplia as condições de observação de tais hipóteses na medida em que

percebemos a vida intelectual carioca como um desses atores que contribuiu para a formação e transformação das imagens turísticas da cidade do Rio de Janeiro.

Para tanto, escolhemos como caminho a proposição de uma revisão teórica sobre a imagem turística como um instrumento de promoção de destinos, bem como sobre as primeiras imagens turísticas da cidade do Rio de Janeiro; e, em seguida, nos dedicamos a analisar as crônicas de Roberto Artl, em *Aguafuertes Cariocas*, a fim de observar como o autor experimentou e interpretou a cidade e suas diferentes representações turísticas.

Com o avançar dos anos, sabemos que houve uma complexificação dos atores e disputas envolvidos na produção e promoção das imagens turísticas, uma vez em que o planejamento e a operacionalização do turismo ganharam novos espaços – privados e públicos – de articulação. Isto posto, entendemos que muitas outras fontes – oficiais ou não – estão a disposição para que mais pesquisadores se dediquem à investigação da transformação da imagem turística e suas variadas representações, mostrando-se este campo de interseção entre os estudos históricos e o turismo suficientemente fértil e promissor.

## 2 Revisão Teórica

### 2.1 A imagem turística como instrumento de promoção de destinos

As primeiras décadas do século XX foram marcadas por uma importante efervescência cultural no Rio de Janeiro, que enfrentava grandes reformas de urbanização. Foi justamente nesse palco remodelado que a moderna atividade do turismo entrou em cena, para que então passasse a se desenvolver de maneira mais organizada na cidade-capital e pelo território brasileiro. A porta, ou melhor, o porto de entrada para o turismo no Brasil como fenômeno social e atividade econômica, no início do século XX, foi justamente aquele que se localizava na cidade-capital e que passava por uma severa regeneração, a fim de, entre outras coisas, melhorar a imagem internacional da cidade e do país mundo afora.

Os acontecimentos mundiais ocorridos a partir do século XIX como a internacionalização da economia e o avanço das técnicas e das tecnologias principalmente no setor de transportes, culminando no encurtamento do tempo e do espaço, contribuiriam significativamente para a popularização da atividade turística e o posicionamento de cidades, regiões e países como destinos turísticos. Por conseguinte, o aumento considerável da quantidade de destinos turísticos estabelecidos ao longo destes séculos até a

atualidade contribuiu para o aumento da competitividade entre os mesmos. Dessa forma para se sobressaírem em meio a um rol de variadas opções, os destinos buscaram se promover a partir da formação e transformação de suas imagens turísticas ao longo dos tempos.

A imagem turística é o instrumento utilizado para que seja possível revelar ao outro a especificidade de cada lugar, influenciando na escolha do turista pela visita à um determinado destino, bem como no seu retorno à mesma localidade (CHAGAS, 2008). Para além do turismo, a construção da imagem de um lugar pode ainda influenciar assuntos de discussão internacional, como negociações políticas e econômicas de acordos bilaterais. Para o estudo sobre o processo de formação da imagem de um destino é importante observar tanto os materiais criados para representar os elementos de identificação de um determinado lugar, como a maneira como um turista efetivo ou em potencial percebe tais representações, visando reconhecer se coincidem ou se destoam as imagens que são construídas para informar e aquelas que são elaboradas mentalmente após o contato com as representações publicizadas pelo marketing turístico ou ainda através de outros meios indiretos, como o cinema, a música e a literatura local.

Chagas (2008) apresenta algumas formas de compreendermos o processo de formação da imagem para um destino turístico, como as que se dão através das dimensões orgânica e induzida. A imagem formada de maneira induzida, como o nome já indica, é moldada pelos informativos comerciais com apelos promocionais, por matérias em revistas especializadas, blogs com matérias patrocinadas, guias e mapas turísticos, entre outros (GUNN, 1972; apud CHAGAS, 2008). A dimensão orgânica, diferentemente, se refere à imagem formada a partir de elementos produzidos espontaneamente pelas artes – filmes, música, fotografia, literatura – e ainda as sugestões e dicas de passeio e viagens de familiares e amigos. Uma imagem orgânica seria, portanto, aquela reproduzida sem a influência de órgãos públicos e empresas relacionadas ao turismo. As expressões artísticas expostas tanto no corpo da cidade quanto nos filmes, nas músicas, e em outros meios fizeram da cidade um palco de múltiplas vivências que convida à experimentação. No presente artigo, ambas as maneiras de refletir sobre a construção de imagens turísticas nos interessam.

Chagas (2008) também percebe que as informações orgânicas têm mais influência em escala local para a formação da imagem de um destino, enquanto a influência de informações e agentes induzidos implica predominantemente na formação de

destinos em escala internacional. Contudo, sabe-se que é necessário que esta conclusão seja relativizada, uma vez que o comércio internacional e a globalização contribuem para um fluxo de ideias cada vez mais dinâmico. Atualmente, músicas, livros, peças teatrais são traduzidos para uma imensa variedade de idiomas, circulando amplamente através das redes de comunicação, permitindo que os agentes orgânicos tenham uma área de influência muito mais abrangente.

## 2.2 A transformação da imagem turística e da cidade do Rio de Janeiro em guias e mapas turísticos

A intenção por trás da vontade de melhorar a imagem da cidade do Rio de Janeiro, principalmente no âmbito internacional, durante o século XX era especialmente uma: introduzir a cidade e o país na economia internacional e se reafirmar como centro moderno cosmopolita capaz de abrigar pessoas e produtos de todo o mundo. Característica essa que inclui a hospitalidade e receptividade com os turistas, principalmente com os internacionais. Os guias turísticos publicados entre essas duas primeiras décadas do século XX nos permitem observar como a atividade turística começou a se desenvolver na cidade do Rio de Janeiro.

Atualmente, os guias se destinam majoritariamente a pessoas que fazem viagens de lazer e por isso se dedicam especialmente a apresentar passeios, atrativos e infraestrutura turística, como hotéis, albergues, pousadas, restaurantes, bares, bem como a organização dos transportes públicos no local a ser visitado, devendo todos esses elementos aparecer em destaque nos mapas turísticos anexados aos guias.

Nos guias do início do século XX<sup>1</sup>, apesar de tais informações estarem presentes, integralmente ou não, lia-se também imensos textos descritivos sobre a história local e nacional, acrescidos comumente de dados biográficos e fotografias de importantes políticos, bem como informações pormenorizadas sobre o comércio exterior e taxas alfandegárias. Essa comparação diacrônica entre os guias nos indica que possivelmente os primeiros guias do século XX sobre a cidade do Rio de Janeiro se destinassem mais aos homens de negócios que visitavam a cidade à trabalho do que propriamente à lazer, muito embora pudessem aproveitar a cidade nas horas vagas.

<sup>1</sup> Estamos considerando em especial os guias: *Guide des États-Unis du Brésil*, de Olavo Bilac, Guimarães Passos e Bandeira Jr., publicado em 1904; o *Guia da Cidade do Rio de Janeiro*, de Paula Pessoa, publicado em 1905; e o *Guide de l'Etoile du Sud: la Ville de Rio de Janeiro*, de Charles Morel e Henrique Morel, publicado em 1905.

Se cotejarmos os guias antigos e os atuais do ponto de vista da seleção de atrativos turísticos também encontraremos substantivas variações, o que nos demonstra que a imagem turística de um lugar, como a cidade do Rio de Janeiro, se transforma no decorrer do tempo, afetada pelas mudanças ocorridas na própria atividade turística ou no destino.

Numa perspectiva sincrônica, a partir da observação de alguns guias publicados nas primeiras décadas do século XX, percebemos que um dos pontos comuns indica para a valorização da imagem da entrada da cidade, a Baía de Guanabara, enaltecida em muitos elogios sobre os aspectos naturais que compõe a sua paisagem. O fato de ser o primeiro aspecto observado da cidade, considerando que todos – turistas ou não – chegavam ao Rio de Janeiro por mar, implica no interesse de que os guias familiarizassem os visitantes com o lugar de chegada (CASTRO, 1999), estimulando tanto a boa impressão associada à possibilidade de belas vistas, como uma sensação de acolhimento a partir do reconhecimento entre as imagens publicadas nos guias e à experiência visual quando se aproximava do desembarque.

Os roteiros sugeridos, por sua vez, geralmente incluíam passeios de bonde ou à pé pelo centro da cidade e pelos bairros banhados pela baía como Botafogo e Flamengo. Os pontos sublinhados para serem visitados no Centro são a Rua do Ouvidor e seu comércio, bem como a 1º de Março (quando os guias datam de antes da abertura da Avenida Central), as praças, os parques, os grandes edifícios públicos e as igrejas. Os guias comumente vinham acompanhados de mapas, que ocupavam sua parte central e inferior com o centro da cidade, de modo a oferecer destaque a essa região, insinuando que a partir dali se iniciava a visita à cidade (COSTA, 2015; FREIRE-MEDEIROS; CASTRO, 2013; CASTRO, 2009).

O centro da cidade, portanto, não era apenas o lugar de chegada dos visitantes, mas também o lugar que concentrava os principais atrativos, onde se desenrolavam os roteiros de visita da cidade e também onde muitos visitantes se instalavam em um dos vários hotéis que existiam no Rio de Janeiro. Possivelmente, muitos dos visitantes que aportavam na cidade-capital nas primeiras décadas do século XX levaram consigo impressões de um Rio traduzidas exclusivamente pelas vistas e experiências possíveis no centro da cidade.

Se hoje compartilhamos uma ideia naturalizada de que a cidade do Rio de Janeiro se destaca especialmente por suas belezas naturais, vale reconhecer que essa noção amplamente difundida não foi a única a representar a cidade em todo o século XX. A construção de uma imagem turística deve ser compreendida em sua dimensão histórica,

de modo que é valioso observar as condições de tempo e espaço presentes no momento em que essas ideias são forjadas, fixadas e passam a uma circulação alargada.

A valorização do centro da cidade e, posteriormente, da zona sul atlântica correspondem aos valores presentes na cidade entre os anos 1900-1930. Na virada do século e nos anos imediatamente seguintes, a vida boêmia e noturna, que tinha lugar nos teatros e cafés da cidade, ignorava o lazer cotidiano associado à praia (ainda fortemente vinculada ao turismo). Tempos depois, a vida burguesa, diurna e saudável vivida à beira-mar já parecia mais virtuosa do que aquela que a antecedeu, o que paulatinamente relegou o centro da cidade e os seus usos ao passado e às sombras, que contrastavam com a atmosfera solar do litoral atlântico carioca. Tais expressões da vida na cidade, que compõem a cultura urbana carioca, foram objeto de experimentação e reflexão dos literatos-intelectuais que contribuíram para a construção e fixação da imagem da “cidade maravilhosa”. (COSTA, 2015).

Casco (2009) relata que os mapas turísticos também são excelentes instrumentos de leitura da imagem de uma região porque estes realçam os “aspectos estéticos e simbólicos dos desenhos, riqueza de detalhes e informações, representação de olhares que pretendem desvendar a cidade ao viajante que não a conhece, mostrando a forma de usá-la ou de desfrutá-la” (2009, p.5). Ela dá sequência à definição informando que os mapas são:

[...] imagens que mostram como diferentes sistemas – materiais e mentais – se articulam e determinam o apuro das informações prestadas pelos mapas, revelando a cada momento um tipo de cidade tendo em vista a construção de cidades cada vez mais submetidas à aceleração da circulação de pessoas, mercadorias, valores, sistemas de comunicação. E que, embora buscando a excelência de padrões cartográficos internacionais, os mapas ligados a guias turísticos ou para estrangeiros inserem outras dimensões representativas pertinentes ao cotidiano da cidade importantes para criar dela uma imagem capaz de torná-la um objeto de atração para viajantes e turistas. (CASCO, 2009, p.5)

Assim, a autora crê que tanto guias quanto mapas são instrumentos para a realização da leitura historiográfica do desenvolvimento de uma cidade como destino turístico, podendo apresentar transformações na apresentação do seu conteúdo ao longo dos anos e a partir das distintas experiências urbanas vividas no decorrer destes períodos.

Até o segundo decênio do século XX era o centro da cidade que ocupava a parte de destaque do mapa, quando não ele por inteiro (fig.1). Em seguida, podemos observar um exemplo de como a partir dos anos 1920 os guias e os mapas revelam um novo

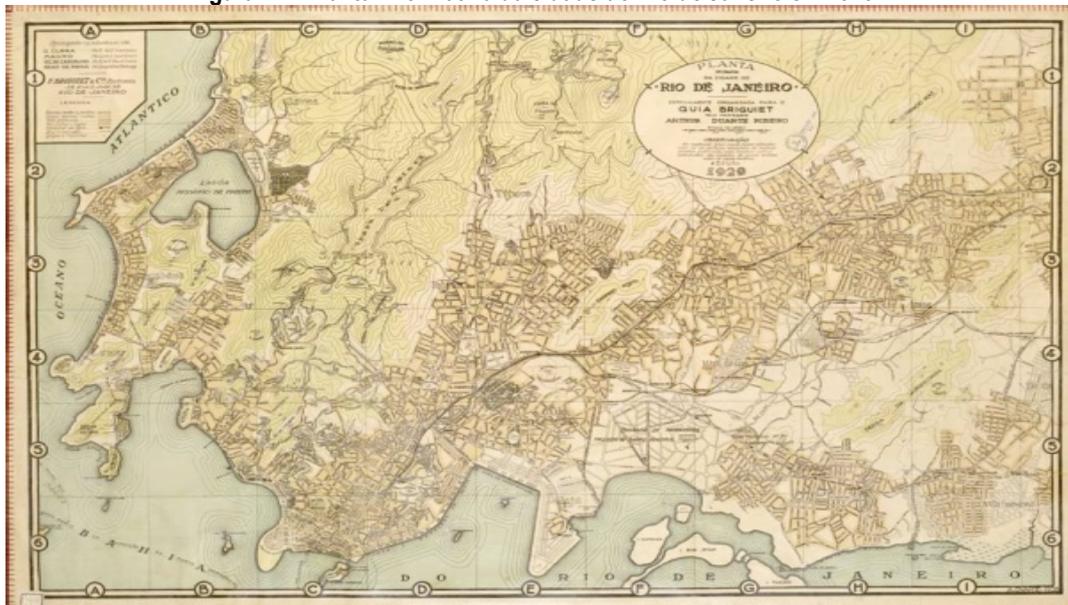
olhar sobre a cidade e sobre seus atrativos, resultando em novas imagens, em mapas que abrangem as áreas da zona sul e em novos roteiros que a englobam, abrindo espaço para que novas experiências turísticas urbanas tenham lugar (fig.2).

Figura 1 – “Rio de Janeiro: Central Monumental”<sup>2</sup>



Fonte: Casco, 2009, p.11

Figura 2 – “Planta informativa da cidade do Rio de Janeiro em 1929”<sup>3</sup>



Fonte: CASCO, 2009, p.13.

<sup>2</sup> O mapa O “Rio de Janeiro Central Monumental” faz parte de um guia para estrangeiros cujo limite superior chega à região da curvatura do canal no Mangue no que hoje é conhecida como Cidade Nova, região onde foi construída a Estação de Ferro da Leopoldina, que neste momento era denominada de Estação Praia Formosa (CASCO, 2009).

<sup>3</sup> Este mapa foi elaborado especialmente para o Guia Briguiet, pelo professor Arthur Duarte Ribeiro. O limite definido pelo mapa em direção sul mostra o Leblon até o limite do Morro dois Irmãos. O mapa expressa as discussões contemporâneas à sua publicação, uma vez que já é possível perceber o desmonte do Morro do Castelo, fruto das intervenções urbanas para a realização da Exposição Internacional de 1922 (CASCO, 2009).

As mudanças urbanísticas observadas nos mapas, especialmente essas que se relacionam à ampliação dos limites urbanizados da cidade, se situavam como uma resposta às políticas de desenvolvimento da cidade (acompanhada de incentivos da especulação imobiliária e de empreiteiras) e às transformações na cultura urbana carioca que se renovava a partir da assimilação de novos gostos burgueses que apreciavam os padrões e valores higienistas, como os hábitos de caminhadas e banhos nas praias cariocas. A urbanização do bairro de Copacabana e o ânimo em torno da construção do Hotel Copacabana Palace são elementos que compõem esse deslocamento na imagem turística da cidade do Rio de Janeiro, que no início dos anos 1920 se preparava para a exposição comemorativa do centenário da independência. A exposição de 1922, por exemplo, motivou a elaboração de um guia turístico escrito em três línguas que visava atender aos turistas que chegavam à cidade.

O guia, escrito em português, francês e inglês, traz toda a sorte de informações turísticas importantes: sugestões de meios de hospedagens – a maioria delas no Centro da cidade –, meios de transporte da cidade, agências de viagens especialmente dedicadas a cruzeiros marítimos, endereços de embaixadas e consulados, além da indicação de bares e restaurantes, o que segue sendo comum aos guias contemporâneos. [...] Por outro lado, os primeiros passeios pitorescos indicados em 1922 são a subida ao Pão de Açúcar, onde já estava instalado há dez anos o bondinho, e a ida ao Corcovado. A essa altura, o Corcovado oferecia apenas um panorama da cidade, tendo em vista que o Cristo Redentor seria inaugurado anos depois. (COSTA, 2015, p. 194)

Apesar de não ter finalizado as construções a tempo, o Hotel Copacabana Palace foi planejado para receber os visitantes da cidade que viessem para a Exposição Internacional. A construção do hotel demonstra uma grande aposta no potencial turístico do bairro e da zona sul, uma vez que o centro ainda era a menina-dos-olhos da cidade, apesar de os guias já mencionarem os atrativos naturais da zona sul como o Pão de Açúcar e o Corcovado (COSTA, 2015).

Até então, o bairro de Copacabana era basicamente habitado por pescadores e suas casas eram construídas viradas de costas para o mar (FREIRE-MEDEIROS; CASTRO, 2013), que passou a ocupar protagonismo na vida da cidade ao longo dos anos 1920 e nas décadas subsequentes, a exemplo

da atenção dada ao bairro pelo Plano Agache. Essa área da cidade, considerada praticamente intocada naquele tempo, era a nova região que passava a ser considerada como favorável para que os ideais civilizatórios, que incentivavam os hábitos ao ar livre, demonstrando cuidado com a saúde do corpo e da mente, se estabelecessem na cidade. Não demorou muito para que a possibilidade de frequentar a praia, por exemplo, se tornasse símbolo de status social, baseado na experiência dos balneários e das estações de férias do continente europeu. A vida à beira-mar saía pouco a pouco da coadjuvância para então se consolidar como uma das principais motivações para visitar o Rio de Janeiro (COSTA, 2015).

Desde as primeiras décadas do século XX, os planos diretor, de remodelação e urbanismo pensados para a cidade influenciaram na mudança das formas desta ser aproveitada e vivida. Isso influenciou não só os hábitos, gostos e fazeres urbanos, mas também as experiências turísticas que se davam no Rio de Janeiro. As praias e as vistas do Corcovado e do Pão de Açúcar concorriam com a antiga cultura urbana carioca vinculada à boêmia, ambas ocupando lugares de destaque no imaginário turístico do Rio de Janeiro por volta dos 1920. Desde que se consolidou como a principal atração da cidade – a praia atlântica e a vida burguesa à beira-mar – o bairro de Copacabana segue sintetizando a imagem turística da cidade até os dias de hoje, o que resultou em novas formas de apresentá-la nos guias, mapas e toda sorte de material turístico ao longo das últimas décadas. Nesse sentido, concordamos com Castro (2009) quando afirma que:

Fica evidente, a partir desses exemplos, como a experiência turística muda, acompanhando, em linhas gerais, mudanças urbanísticas e culturais na cidade. Os guias da década de 1930 aparecem com destaque as praças; nos atuais, as praias. Naqueles, o foco está no centro; nestes, na Zona Sul. Não se trata de uma relação de determinação direta, e sim de interação: às vezes muda a cidade, muda o turismo; outras vezes, a partir de modificações no mundo do turismo, introduzem-se alterações urbanísticas na cidade. As narrativas e imagens associadas ao turismo são, portanto, uma importante via de acesso à história e à geografia culturais de uma cidade. (CASTRO, 2009, p.84)

Assim, a natureza turística de uma cidade bem como a sua imagem e imaginário são sempre processos culturais inacabados, que não necessariamente se anulam acompanhando uma passagem de tempo linear, mas que também

convivem na cidade (CASTRO, 2009). Atualmente, é fato que a Zona Sul e mais recentemente a Barra da Tijuca sejam os lugares da cidade destacados pelo turismo e pelos próprios cariocas seguindo o processo de valorização imobiliária que aponta para os melhores lugares a se morar e viver. Contudo, os guias ainda sugerem, mesmo que em segundo plano, os atrativos culturais do centro da cidade e abrigam ainda em si todos os novos segmentos que surgiram desde então.

### 3 Crônicas e imagens turísticas: as cidades na “cidade maravilhosa”

Vale ressaltar que as reformas e os guias turísticos não foram os únicos elementos que influenciaram na cultura urbana e na formação do imaginário turístico da cidade. As expressões artísticas também foram responsáveis pela criação e reprodução da imagem da cidade do Rio de Janeiro através de lançamentos de filmes, músicas, fotografias e cartões-postais e também por meio da publicação de crônicas e de romances. Nesse sentido, percebemos que houve uma importante produção literária nas primeiras décadas do século XX que fazia da cidade o seu personagem principal de interesse e atenção. Nas crônicas, contos, conferências, notícias e romances via-se uma verdadeira polifonia que informava sobre o cotidiano da cidade-capital através de diferentes matizes e modos de ver, de modo que a invenção da “cidade maravilhosa” – fosse ela boêmia ou aburguesada – se deu no seio da “cidade das letras” (COSTA, 2015), que, mais do que representar a cidade, foi capaz de inventar a cidade e, através da circulação da literatura carioca, partilhar com o mundo as visões de si mesma.

As três primeiras décadas do século XX vividas pelo Rio de Janeiro foram de vital importância para o desenvolvimento da metrópole que hoje conhecemos. Foram durante esses anos que a cidade ganhou os seus traços, suas ruas mais conhecidas e desenvolveu elementos da cultura urbana que ainda é lembrada por muitos dos seus habitantes com saudosismo e melancolia. O Rio da década de 1920 era uma cidade, enquanto o Rio de 1930 já era outra, o que talvez possa ser ilustrado pela passagem das referências ecléticas e da *art nouveau* para a *art déco* e os modernismos.

A intensa produção cultural referente a estes períodos fez da cidade palco de impressões diversas e múltiplas experiências estéticas. A literatura, o cinema e a música nos permitem conhecer, analisar e desvendar o que se dizia e o que se pensava a

respeito do Rio de Janeiro em âmbito nacional e internacional. Nesse sentido, esses elementos chamados de orgânicos (CHAGAS, 2008), quanto ao estabelecimento de imagens turísticas, se configuram como importantes fontes para o conhecimento das mesmas, principalmente em um momento em que apenas tinha início os órgãos e organizações que se voltariam para a estruturação de uma promoção turística de caráter oficial que claramente buscasse atrair olhares e visitantes para a cidade.

#### 3.1. *Aguafuertes cariocas*: imagens reveladas no estrangeiro

Se nos primeiros anos da década de 1920 o Rio de Janeiro era constantemente relacionado à uma vida cultural ativa, ao burburinho do centro da cidade, aos bailes, às confeitarias, aos saraus, à crescente produção literária, no final daquela década já se avizinhava uma outra cidade-capital, que se atualizava de acordo com os novos paradigmas modernistas, que despontava em direção à zona sul como quem apontasse para o novo futuro da cidade maravilhosa. Foi então, entre abril e junho de 1930, que Roberto Arlt viveu no Rio de Janeiro e escreveu 40 crônicas que resultaram em *Aguafuertes cariocas* (2013), revelando uma paisagem dos contornos e costumes cariocas.

Roberto Arlt, filho de pais europeus, foi um dos maiores escritores argentinos do século XX. Na ocasião em que escreveu as crônicas sobre a cidade do Rio de Janeiro, trabalhava para um periódico argentino *El Mundo* que patrocinara sua viagem, não somente ao Rio, mas também a outras importantes cidades da América do Sul para que escrevesse um compilado de histórias sobre suas experiências e o que mais julgasse importante e atraente em relação às cidades nas quais passasse um período.

Diferente de alguns literatos que se dedicaram a escrever guias, nos mais diferentes formatos, como Olavo Bilac, Gilberto Freyre, Manuel Bandeira e Jorge Amado no Brasil e Fernando Pessoa em Portugal, os textos de Roberto Arlt não se parecem e nem pretenderam compor um guia. São crônicas de costumes que visam apresentar uma cidade pelos olhos de um autor ácido e perspicaz. O gênero provavelmente movimentava o interesse dos leitores, haja vista que Arlt se dedicou a outras *aguafuertes*, posteriormente reunidas em livros, como as portenhas e espanholas.

O título escolhido para a reunião das crônicas também nos chama atenção porque nos leva a comparação com o estudo das cenas urbanas nos desenhos, aquarelas e litogravuras tão comuns ao longo do século XIX, especialmente antes da

vulgarização da fotografia como ferramenta de registro de imagens. Artl escreveu um texto que, além de interpretar a cidade, fixou imagens que foram enviadas ao estrangeiro para que nossos vizinhos tomassem contato com algumas das particularidades do Rio de Janeiro. A crônica de Artl, como uma matriz, recebeu no calor dos seus passeios pela cidade, as impressões que ele fixou dia após dia.

O cronista recebeu a proposta do jornal com ânimo e chegou a comparar a oportunidade de realizar tais viagens com ganhar na loteria: “Viajar!... Viajar!... Quem de nós, moços portenhos, não temos esse sonho? Viajar! Conhecer novos céus, cidades surpreendentes (...)”<sup>4</sup>. (idem, 13) As viagens e a chance de interpretar as cidades desde o estrangeiro fizeram de Artl um cronista-turista, que, apesar do ímpeto alegre inicial, evidenciou desde antes da viagem uma espécie de fraqueza, que assumiria um aspecto relevante na temporada fora de sua cidade natal: “(...) verei esses países, sem preconceitos patriotas (...)”<sup>5</sup> (idem, ibidem). Para perceber e compreender o Rio de Janeiro, desde o princípio, Artl tomou Buenos Aires como a medida de partida, fazendo comparações a todo instante sobre tudo quanto descobria, de modo que através das suas crônicas não conhecemos apenas o Rio de Janeiro com o qual o cronista-turista tomava contato pouco a pouco, mas também a Buenos Aires, que ele havia deixado mas a trazia registrada em sua memória e afeto.

Se ensaiarmos fazer uma comparação entre os guias que circulavam sobre o Rio naquele momento e as crônicas de Roberto Artl seguramente encontraremos alguns pontos comuns. Entre eles, selecionamos os comentários que ele fez sobre sua chegada à cidade do Rio de Janeiro. Como nos guias, a primeira imagem que o cronista-turista criou a partir do seu primeiro contato com o Rio foi referente aos traços da natureza que a entrada na Baía da Guanabara desvelou para o viajante que aportava na cidade. Artl produziu uma descrição de mais de três páginas, repleta de adjetivos que tentavam captar cores, tons, matizes e contornos da paisagem que ele observava. Como um artista plástico, o autor lançou mão dos violetas, rosas, verdes, azuis, vinhos e laranjas para apresentar em sua água-forte o espelho de água da Baía e a cadeia montanhosa ao fundo: “um semicírculo de montanhas, que parecem

espectrais, leves como alumínio azul, queimadas delicadamente por um bordado verde.”<sup>6</sup> (idem, p.15)

No Rio de Janeiro manteve uma rotina quase fixa que se resumia em perambular pela cidade e recolher impressões, fazer ginástica na Associação Cristã de Moços, dirigindo-se à noite à redação de *O Jornal*, onde escrevia as crônicas e as enviava para Buenos Aires. O primeiro de seus textos revelava o grande entusiasmo e intenções que tinha em relação à estada no Rio de Janeiro. Para a viagem, abriu mão dos mapas e guias, pois desejava se perder e por si mesmo se encontrar em cada canto da cidade, como um *flâneur*. Ansiava ainda por conhecer todo tipo de gente e para isso trouxe apenas dois ternos: um para se relacionar com os ricos e o outro, sujo e maltrapilho, que serviria como passaporte para o submundo da cidade.

Penso me misturar e conviver com as pessoas do submundo que é infestado pelos povos estrangeiros. Conhecer os cantos mais sombrios e mais desesperados das cidades que dormem em baixo do sol do trópico. Penso contar a vocês sobre a vida nas praias cariocas; sobre as mulheres que falam um espanhol estupendo e um português musical. (idem, p.13)<sup>7</sup>

O personagem mais representativo da vida urbana moderna talvez seja o *flâneur*, o andarilho das cidades, anônimo no meio da multidão, mas observador de todos. O escritor encontra nesta personalidade as qualidades que o ajudam a descrever suas observações e reflexões, derivadas de suas próprias experiências no dia a dia da cidade. Para seus leitores, o cronista-turista é um espectador privilegiado da vida urbana e a partir das suas andanças é possível descobrir e conhecer algo dessa outra cidade. Sua habilidade para familiarizar seus leitores com as cenas cariocas os envolve em um imaginário daquele espaço urbano e da cultura que ali se manifesta. Nesse sentido, o leitor, seja ele um turista em potencial ou não, é atraído para um destino a partir do relato de experiências reais ou fictícias que se desenrolaram em um determinado cenário, com uma outra gente. Aliás, nas crônicas se nota uma ênfase no tratamento das características subjetivas positivas dos cariocas, vistos como um povo:

<sup>4</sup> ¡Viajar... viajar...! ¿Cuales de nosotros, muchachos porteños, no tenemos ese sueño? ¡Viajar! Conocer cielos nuevos, ciudades sorprendentes (...).

<sup>5</sup> (...) Iré a ver esos países, sin prejuicio de patriotismo (...).

<sup>6</sup> Un semicírculo de montañas, que parecen espectrales, levianas como aluminio azul, crestadas delicadamente por un bordado verde.

<sup>7</sup> Pienso mezclarme y convivir con la gente del bajo fondo que infesta los pueblos de ultramar. Conocer los rincones más sombrios y más desesperados de las ciudades que duermen bajo el sol del trópico. Pienso hablarles a usted de la vida en las playas cariocas; de las muchachas que hablan un español estupendo y un portugués musical.

decência, respeito ao próximo, honestidade, educação coletiva, cortesia.

Para falar sobre o Rio de Janeiro, muitas vezes Arlt elege falar dos cariocas, responsáveis pela comodidade que se sente em estar numa cidade como o Rio, que faz com que todos se sintam em casa, estando nas ruas: “quando você sai da sua casa, você está na rua, não é assim? Bom, aqui, quando você sai à rua, está em sua casa.”<sup>8</sup> (idem, 32) Ao se dirigir aos seus leitores, Arlt mantém uma comunicação constante com a cidade de Buenos Aires e os portenhos, de modo que essas comparações, pela similitude ou pelo avesso, também nos dão indícios sobre como seria a vida à margem do Prata.

No perambular e na captação de impressões que fazia diariamente, percebeu que, ainda na década de 1930, as ideias europeias se caracterizavam como um forte elemento de influência na vida e nas discussões cariocas, levando-o a afirmar que entre todos os países da América do Sul, “o Brasil é o menos americano, por ser, precisamente, o mais europeu”<sup>9</sup> (idem, 34), o que contrasta com uma das principais imagens turísticas vinculadas à cidade de Buenos Aires, a Paris dos trópicos. A *flânerie* pelas ruas também o permitiu ver várias demolições em andamento, assim como novas construções modernas caracterizadas pelo uso de alvenaria, presente naquele momento nos bairros novos, como Copacabana. As casas dos pobres e da maioria da população, no entanto, eram descritas como pequenas e feitas de pedra.

As crônicas de Arlt nos parecem particularmente atraentes porque ao mesmo tempo em que demonstram um grande interesse internacional sobre o corpo da cidade do Rio de Janeiro e sua cultura urbana como elementos centrais do imaginário turístico, também se revelam uma expressão de reflexões e opiniões de um cronista-turista sobre a cidade-capital em um dado momento. Como já pudemos perceber, nas expectativas que compunham o imaginário do viajante antes da experiência na cidade estavam presentes as impressões sobre a natureza e o clima tropical, traduzidos em praia e sol. A cena pitoresca pintada nessas *aguafuertes* não deixou de fora a mulher brasileira e o seu sotaque, lembrada frequentemente nas décadas seguintes na produção e promoção da imagem turística da cidade, vinculada, porém, a outros atributos. Frente à imagem sexualizada da mulher brasileira que Arlt trouxe de Buenos Aires, tamanho é o seu espanto ao observar

que as mulheres iam ao cinema e andavam pelas ruas, à noite, sozinhas, sem serem assediadas. O seu espanto se deve às suas experiências progressas, como morador de outra cidade, o que ele deixa claro nos seus relatos. Além de expor esses e outros elementos como parte integrante do imaginário sobre a cidade e seus nativos, o cronista revela ainda o que muitos portenhos, ele inclusive, pensavam sobre os cariocas naquele tempo:

Nós, habitantes da cidade mais bonita da América (me refiro a Buenos Aires), cremos que os cariocas e os brasileiros em geral são pessoas que tomam sol o dia inteiro desde as primeiras horas do dia até que se vá dormir. E, de mais a mais, estamos equivocados<sup>10</sup> (idem, 73).

A chegada de Arlt ao Rio de Janeiro e seus primeiros dias na cidade maravilhosa inspiraram uma narrativa com muitos elogios às belezas naturais. Em contraste aos elogios frequentes às montanhas e às árvores, o autor afirmou que a cidade do Rio de Janeiro se parecia com uma cidade triste devido à ausência de flores e de jardins nas suas ruas. Em comparação à urbanidade de sua cidade natal, o Rio se mostrava mais selvagem. Em compensação, o cronista se dizia confortável por onde quer que estivesse devido à amabilidade dos cariocas, fosse um café, os escritórios ou a própria rua, quer estivesse entre brancos ou negros.

Os cariocas frequentavam os cinemas cerca de uma vez por semana e para o cronista-turista eram espaços demasiadamente pequenos. Quanto aos teatros, não havia teatros nacionais que representassem a cultura e os costumes brasileiros ou cariocas. As peças teatrais eram representações de obras estrangeiras, o que ele lamentava. Arlt notou ainda que o teatro, a leitura, às operas e outros aparatos culturais eram sempre reservados à elite carioca, deixando os trabalhadores e os pobres sem acesso a esses elementos culturais.

A preocupação com as camadas mais populares da população carioca não parecia mais forte do que a acidez que mobilizava em suas crônicas para narrar a vida desafortunada no Rio de Janeiro. Arlt observava com curiosidade os negros e, ao mesmo tempo em que admirava sua força de trabalho, tecia comentários preconceituosos e racistas. Em menos de um mês na

<sup>8</sup> Cuando usted sale de su casa está en la calle, ¿no es así? Bueno, aquí, cuando usted sale a la calle, está en su casa...

<sup>9</sup> (...) el Brasil es el menos americano, por ser, precisamente, el más europeo.

<sup>10</sup> Nosotros, habitantes de la más hermosa ciudad de América (me refiero a Buenos Aires), creemos que los cariocas y, en general, los brasileños, son gente que se pasa sin la panza al sol desde “Febo asoma” hasta que se va a roncar. Y estamos equivocados de médio a médio.

cidade, Arlt parecia ter de mobilizar um enorme esforço para seguir distante da sua morada.

Durante uma visita aos subúrbios, de trem, fica evidente que a barbaridade que ele atribuía ao Rio parecia inédita na civilizada e branca Buenos Aires: “de entrada, um fedor de negro suado chegava-me às narinas. É um galpão imenso, com uma multidão que vai e vem todo o dia. (...) Nuvens de fumaça, sujeira por todo o lado. (Conste que não quero falar mal, me limito a reproduzir quase fotograficamente o que vi)”<sup>11</sup>. (idem, p.87) Seu relato pretensamente realista e fiel é fixado numa crônica como se ela fosse o equivalente da fotografia nos tempos modernos. Arlt, apesar do enunciado, estava completamente envolvido com a questão, uma vez que seu ponto de partida, aquele que orientava seus pontos de vista, era a cidade de Buenos Aires, que ele amava e havia eleito como o seu lugar no mundo. Logo, não há qualquer neutralidade nas vistas que o cronista-turista produziu no Rio de Janeiro, todas elas eram seleções, recortes, enfoques, angulações, composições – para seguir com a metáfora da fotografia – feitas por um estrangeiro, ou seja, um estranho que observava, refletia e escrevia a partir das fronteiras que o constituíam.

Conforme o tempo de estada no Rio de Janeiro foi passando, Arlt começou a apresentar sinais de tédio e indignação com a vida carioca. Reclamou do excesso de tranquilidade do povo, que parecia não saber que podia melhorar de vida; reclamou da falta de teatros e de uma vida noturna nada agitada. Questionou a inexistência de conservatórios musicais, de centros socialistas e comunistas – embora eles existissem –, dando a entender que já havia conhecido tudo sobre a cidade e nada mais havia sobre o que pudesse escrever. O que ele viu o povo fazer até o cansaço, mais dele do que do próprio povo, foi trabalhar e trabalhar, e mesmo isso, que pra muitos revelaria uma virtude, foi para ele um motivo de queixume. Nada lhe escapava às críticas, lembrando com saudosismo da vida em Buenos Aires, da abundância de cinemas, teatros, cafés e periódicos de grandes tiragens. No Rio, em contrapartida, os colonistas tinham empregos à parte, muitas vezes públicos, para que pudessem se sustentar.

Busco sem descanso escolas de corte e confecção. Não há. Busco conservatórios de música. Não há. E vejam que falo do centro, aonde se desenvolve a atividade da população.

<sup>11</sup> De entrada, um tufo de negro sudado me dá en las narinas. Es un galpón inmenso, con una multitud que va y viene todo el día. (...) nubes de humo, mugre por donde se mire. (Conste que no quiero hablar mal, me limito a reproducir caso fotográficamente lo que he visto).

Livrarias? Meia dúzia de livros importantes. Centros socialistas? Não existem. Comunistas, menos ainda. Bibliotecas de bairro? Nem em sonho. Teatros? Não funciona senão um de variedades e um cassino.<sup>12</sup> (idem, 120).

Se para Arlt a vida cultural da cidade já havia se esfriado em 1930, ele não diria o mesmo do clima. Diante das altas temperaturas, reclamava da quantidade de dinheiro gasto com sorvetes e sucos para se refrescar em vão. Restou-lhe apenas recorrer aos banhos de mar em Copacabana onde se decepcionou com as mulheres brasileiras que antes demonstrara curiosidade para conhecer. Ainda sobre a zona sul, afirmava que não havia melhor maneira de conhecer o Rio de Janeiro, a não ser subindo o Pão de Açúcar. Atividade esta que, para ele levar à cabo, o colocava em dúvida por pelo menos uma hora, tamanho o trajeto a ser percorrido. Espantava a Arlt ser o Brasil um país tão belo e rico em elementos naturais e, ao mesmo tempo, não haver nenhum tipo de promoção turística governamental para que turistas fossem atraídos naquele momento.

Ainda sobre o turismo, Arlt nos dá mais algumas pistas dos pontos turísticos valorizados naquele momento ao relatar um episódio que acontecera certa vez ao encontrar alguns amigos argentinos que chegaram à cidade pela nova linha aérea inaugurada. Arlt ouvia as impressões que estes tiveram sobre a cidade. Ouvia repetidamente o quanto estavam encantados com a visita que fizeram ao *Jockey Club*, ao Pão de Açúcar e ao hipódromo e pelo o que viram pensavam que a cidade estava livre de qualquer problema social, havendo circulado apenas entre a zona sul e a Avenida Rio Branco, onde a homogeneização social era predominante.

Contudo, a Arlt, particularmente, interessava a vida urbana, os costumes do povo e com isso se decepcionou profundamente ao longo da passagem de tempo contada pelas crônicas, levando-o a exaltar constantemente a cidade e a cultura portenha, sem negar, contudo, a inigualável beleza natural do Rio de Janeiro. Percebemos que as imagens construídas pelo cronista-turista antes e durante a estada na cidade não coincidem por completo, embora se toquem em determinados aspectos. Chagas (2008), sem tratar do caso particular de Arlt, ilumina essa questão de um modo geral quando apresenta outra maneira de conceber o desenvolvimento da imagem

<sup>12</sup> Busco infatigablemente con los ojos academias de corte y confección. No hay. Busco conservatorios de música. No hay. Y vean que hablo del centro, donde se desenvuelve la actividad de la población. ¿Librerías? Media docena de libros importantes. ¿Centro socialista? No existen. Comunistas, menos. ¿Bibliotecas de barrio? Ni soñarlas. ¿Teatros? No funciona sino uno de variedades y un casino.

de um destino, atrelada às fases da experiência turística:

Outra forma de conceber a formação da imagem do destino é relacioná-la com as sete fases da experiência turística, ou seja, a acumulação de imagens mentais sobre as experiências de viagens, modificação destas imagens a partir de novas informações, as tomadas de decisão de viajar, viagem ao destino, participação no destino, retorno ao lar e finalmente modificações das imagens baseadas nas experiências da viagem. (GUNN, 1988; apud CHAGAS, 2008).

Mesmo existindo duas formas de concepção quanto à formação da imagem turística – orgânica e induzida –, vale lembrar que ambas as formas se relacionam. As duas primeiras fases revelam o contato com informações orgânicas e induzidas que resultam em uma imagem primária e também influenciam na decisão e na escolha de um destino específico (GUNN, 1988; apud CHAGAS, 2008). A última fase revela a formação de uma imagem complexa do destino a partir do contato com o mesmo, mostrando que as imagens são mutáveis e, do ponto de vista do destino, esse caráter revela a necessidade de monitoramento e criação de estratégias para a formação da imagem turística.

O que podemos inferir a partir das crônicas de Roberto Arlt é que houve modificação nas imagens que ele tinha antes de realizar a viagem, o que afetou negativamente a sua motivação para seguir gozando da viagem. Antes de se estabelecer na cidade demonstrava em suas crônicas - que se caracterizam como uma espécie de diário de viagem – grande entusiasmo para conhecer o Rio de Janeiro, que para ele já reunia alguns elementos prévios que caracterizavam uma imagem estruturada da cidade e sua cultura urbana.

Antes e ainda nos primeiros dias de viagem se notava forte entusiasmo com as mulheres, o clima tropical e a paisagem natural. Mas, conforme o tempo na cidade foi passando, vimos aquele entusiasmo se converter em tédio e aborrecimento com tudo aquilo que se via pelas ruas, nas praias, nos cafés. Tudo o mais era razão de enfado: as montanhas são bonitas, mas não mudam, são sempre as mesmas; as igrejas e os monumentos são coisas do passado e o passado não lhe interessa; não há música o suficiente; as mulheres não são tão bonitas quanto pensava.

Percebemos com Arlt que a imagem turística se complexifica a partir das experiências vividas na cidade. Contudo, assumimos que tal complexificação acontece com base nos elementos, orgânicos ou

induzidos, que formaram uma imagem turística primária. Reconhecemos, além disso, que a imagem turística primária é geralmente formada em uma fase de preparação para a viagem.

Outro ponto importante sublinhado por Chagas (2008) diz respeito à flexibilidade da imagem turística e da imprevisibilidade quanto a sua formação, uma vez que os agentes orgânicos não podem ser controlados pelos órgãos públicos e instituições privadas interessados na construção de uma imagem turística positiva e idealizada.

Mas, vale ressaltar que, como um produto da imaginação, o imaginário turístico é real, para o bem ou para o mal, uma vez que o que lhe confere veracidade é a própria ideia de quem o imagina coletiva ou individualmente, demonstrando que as construções do espírito são eficazes em relação à concretude das coisas, ou seja, o mundo real pode claramente ser acionado pela energia que o imaginário mobiliza (DURAND, 1984; apud MAFFESOLI, 2001).

Nesse movimento, uma série de elementos variados concorre para a construção de tais imagens turísticas, não necessariamente em equilíbrio, o que significa que tanto o processo de consolidação de tais imagens como o questionamento e a dissolução das mesmas não se constitui fora dos limites dos conflitos da produção de ideias sobre um destino turístico.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através do desenvolvimento da cidade do Rio de Janeiro, desenvolveu-se também o turismo nela e, por conseguinte, no Brasil, configurando-se como o principal destino do país a ser visitado.

Considerado o contexto de ampliação da atividade turística na cidade-capital, o presente artigo se debruçou sobre a tentativa de trazer à discussão as relações entre imaginário, imagens turísticas e literatura, demonstrando através de diferentes perspectivas – guias, mapas, crônicas – como as primeiras décadas do século XX se diferenciam quanto às experiências urbanas a serem vividas na cidade e como isso implicava em diferentes imagens turísticas possíveis naquele momento.

Os estudos sobre guias e mapas turísticos aqui apresentados confirmam essa transição da imagem turística na cidade quando expõem o centro da cidade como principal região a ser visitada pelo recorte e ocupação central da área nos mapas e também pelas indicações de passeios na Rua do Ouvidor, 1º de Março, as praças, igrejas e museus.

Embora o contato com a natureza não fosse uma característica marcante para os guias daquela

época, as vistas tomadas do alto das montanhas, como o Pão de Açúcar e o Corcovado eram valorizadas especialmente porque dali se revelavam as belezas da Baía da Guanabara e seus contornos. Com a valorização dos balneários como destinos de lazer e com a crescente urbanização da zona sul atlântica, a imagem turística da cidade do Rio de Janeiro foi se transformando até esboçar os tons que ainda seguem presentes nos dias de hoje: trata-se de uma cidade de lindas paisagens, de sol e mar, com uma cultura urbana instigante, nesta ordem e não o contrário. Essa mudança se vê presente nos guias ao longo dos anos 1920 e 1930, popularizando-se cada vez mais nas décadas seguintes.

Diferente dos relatos presentes nos guias, com Roberto Arlt somos confrontados com uma referência majoritariamente negativa e queixosa da cidade. Através do relato do autor, experimentamos os efeitos de um impacto com uma imagem tão desgostosa e decepcionante do Rio de Janeiro, nos levando a imaginar o que haveria acontecido com a “cidade maravilhosa” de Coelho Neto.

Independente da atribuição de valores positivos ou não, sabemos por Arlt que a cidade-capital que ele encontrara já era outra: avançava a urbanização em direção à zona sul atlântica e estimulava-se cada vez mais o seu desenvolvimento. Em suas crônicas já conseguimos notar uma referência à valorização da prática de exercícios e dos banhos de mar, demonstrando preocupação com a saúde do corpo e da mente.

Além disso, nosso imaginário é estimulado a arquitetar uma cidade em que as paisagens e elementos naturais se sobressaem diante do esfriamento da cultura urbana que se vivia, se comparada àquela vivida na década anterior – 1920 – o que decepciona o cronista-turista. Os principais pontos de visitação apresentados pelo cronista são o Pão de Açúcar, o Corcovado e o *Jockey Club* – todos localizados na zona sul, onde também se percebe uma diferença entre os materiais de construção utilizados para as obras realizadas em comparação com as casas dos pobres em outras zonas da cidade, revelando nas entrelinhas o aspecto do luxo ligado aos bairros litorâneos.

Tivemos ao longo das páginas anteriores contato com diferentes gêneros da produção escrita que direta ou indiretamente são eficientes na construção e transformação das imagens turísticas das cidades. *A priori*, poderíamos pensar que os guias apresentam a cidade e seus atrativos fielmente, mas seus textos e imagens também produzem interpretações e representações a partir de um campo de noções e ideias, seja dos autores, fotógrafos ou editores.

As crônicas, amplamente comparadas com a fotografia no universo literário por seu suposto compromisso com a realidade, inclusive por Roberto Arlt, de maneira nenhuma estão imunes à subjetividade dos seus autores, muito pelo contrário, comumente revelam mais sobre seus autores, sua formação e seus pontos de vista do que propriamente sobre os temas ali investigados.

Os guias, mapas e crônicas, portanto, não são apenas veículos nos quais se projeta uma imagem, mas são artefatos que simultaneamente representam e apresentam ideias e concepções intelectualmente elaboradas por seus autores, frequentemente responsáveis por construir, fixar e divulgar imagens dos destinos turísticos.

Por fim, entendemos que os guias, mapas e crônicas, como registros de um tempo, são fontes que contribuem para que observemos a imagem turística da cidade não como uma natureza ou um dado e sim como uma construção situada no tempo-espço e vinculada às subjetividades de seus autores, como primeiro nos alertou CASTRO (1999).

Assim, o presente estudo, tendo observado as crônicas de Arlt como um registro da confluência de diferentes imagens turísticas no momento de passagem de uma à outra, contribui para a ampliação dos debates ao propor o cruzamento das referências à imagem turística do Rio de Janeiro às produções da vida intelectual na cidade.

Além disso, sabemos que os anos 1920 e as décadas seguintes oferecem ainda mais possibilidades de fontes, abordagens e análises na medida em que houve uma complexificação da própria atividade turística, no tocante ao seu planejamento e sua operacionalização, o que revela um campo de investigação aberto e profícuo para que novas pesquisas a ele se vinculem.

## REFERÊNCIAS

- ARLT, Roberto. *Aguafuertes cariocas*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo Editora, 2013.
- CASCO, Ana C. *Rio de Janeiro: uma cidade tra(duz)ida pelos mapas*. 2009. Disponível em: <https://www.bn.gov.br/sites/default/files/documentos/producao/pesquisa/rio-janeiro-uma-cidade-traduzida-pelos-mapas/anacarmencasco.pdf> Acesso em 30 jan. de 2018.
- CASTRO, Celso. Narrativas e imagens do turismo no Rio de Janeiro. In: VELHO, Gilberto (org.). *Antropologia Urbana: cultura e sociedade no Brasil e em Portugal*. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.
- CASTRO, Celso; GUIMARÃES, Valeria L.; MAGALHÃES, Aline M. (orgs.). *História do Turismo no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2013.

- CHAGAS, Márcio M. das. Imagem de destinos turísticos: uma discussão teórica da literatura especializada. *Revista Turismo Visão e Ação – Eletrônica*, v.10, nº3, p.435-455, set/dez. 2008.
- COSTA, Amanda D. A cidade do Rio de Janeiro: cultura urbana e imagem turística. *Revista Acervo*, Rio de Janeiro, v.28, n.1, p.186-195, jan./jun. 2015.
- MAFFESOLLI, Michel. O imaginário é uma realidade. *Revista Famecos*. Porto Alegre, n.15, 20 mar. 2001, p.74-82. Entrevista concedida a Juremir Machado da Silva.
- O'DONNELL, Julia. *A invenção de Copacabana: cultruas urbanas e estilos de vida no Rio de Janeiro (1890-1940)*. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- PERROTTA, Isabella. *Promenades do Rio: a turistificação da cidade pelos guias de viagem de 1973 a 1939*. Rio de Janeiro: Topbooks, 2015.
- SOUZA, Anlene G. de. *O estrangeiro e a cidade*. O Rio de Janeiro e o imaginário da cidade na primeira metade do século XX. Rio de Janeiro, dissertação de mestrado em História, PUC-Rio, 1995.

---

Processo Editorial / Editorial Process

Editor Chefe/Editor-in-chief: PhD Thiago D. Pimentel (UFJF).

Recebido em 07 de dezembro de 2017; aceito em 30 de Junho de 2018; publicado online em 09 de Julho de 2018.

Received on December 07, 2017; accepted on June 30, 2018, published online on July 09, 2018.

Artigo original / Original article. Seção revisada por pares / Double blind review section.