

NARRATIVAS E IMÁGENES DEL TURISMO EN PETRÓPOLIS, BRASIL, A PRINCIPIOS DEL SIGLO XX

André Barcelos Damasceno Daibert¹
Centro Federal de Educação Tecnológica
Celso Suckow da Fonseca, Petrópolis – Brasil

Resumen: Este trabajo es un análisis histórico de los inicios del turismo organizado en la ciudad de Petrópolis a través de los textos e imágenes publicadas a principios del siglo XX. El objetivo general del trabajo fue analizar a través de una perspectiva histórica la forma en que se originó la construcción de la llamada “naturaleza turística” de Petrópolis. El objetivo específico, pretendió comprender e identificar las principales narrativas e imágenes que sustentan esa construcción cultural, destacando su origen entre los años 1900 y 1930. El estudio fue realizado a través de la bibliografía técnico-científica existente; y también se utilizó la investigación documental e iconográfica, que incluía narrativas e imágenes del turismo en Petrópolis en sus inicios. Se pretendió no sólo insertar a Petrópolis en una posible cronología histórica del turismo brasileño, sino también sensibilizar a los investigadores del área sobre la necesidad de invertir en estudios empíricos de naturaleza histórica en el campo del turismo en los diferentes municipios brasileños, así como en Brasil como un todo.

PALABRAS CLAVE: historia, turismo, Petrópolis/Brasil, narrativas, imágenes.

Abstract: Narratives and Images of Tourism in Petrópolis, Brazil, At the beginning of the 20th Century. This paper is an historical analysis of the early organized tourism in the city of Petrópolis through the narratives and images produced at the beginning of the 20th century. As a general objective, this paper intended to analyze how the construction of the so-called “tourist nature” of Petrópolis originated, by means of a historical perspective. The specific objective was to understand and identify the main narratives and images which support this cultural construction, emphasizing its origins between 1900 and 1930. The study was developed with the resource of the existing technical and scientific literature as well as documentary and iconographic research which depicted narratives and images of tourism in Petrópolis at the outset of its organization. The aim of this work was not only to propose the insertion of Petrópolis in a possible chronology of Brazilian tourism, but also to provoke and sensitize researchers of the field to the need of investments in empirical researches of historical nature in the field of tourism in the different Brazilian cities, as well as in Brazil as a whole.

KEY WORDS: history, tourism, Petrópolis/Brazil, narratives, images.

¹ Master en Bienes Culturales y Proyectos Sociales por la Fundação Getulio Vargas, Rio de Janeiro, Brasil, y Licenciado en Turismo por la Universidad Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, Brasil. Se desempeña como docente en la Carrera de Graduación Tecnológica en Gestión del Turismo del Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca – Unidad Petrópolis, Brasil. E-mail: abddaibert@yahoo.com.br.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo busca presentar narrativas e imágenes difundidas a principios del siglo XX en publicaciones especializadas en turismo de la ciudad de Petrópolis, a fin de comprender la manera en que se inició la construcción cultural de su “naturaleza turística” por parte de los actores e instituciones locales.

Con este fin, el trabajo fue dividido en dos momentos. En una primera instancia se presentó una breve historia de los orígenes y evolución de Petrópolis, enfatizando el desarrollo de la actividad estival en el municipio mostrando el origen de sus atractivos y equipamientos. Así, se puede observar que el municipio nació y se desarrolló a través de los tiempos como un importante destino veraniego. También se realizó una comparación entre los conceptos de “*vilegiatura*” (villa o lugar para las vacaciones) y “turismo organizado”, a fin de entender la evolución de las dos categorías en Petrópolis. Luego se analizó el nacimiento del turismo organizado en la ciudad durante las primeras décadas del siglo XX, destacando la evolución de algunos emprendimientos, personalidades y organizaciones del período como la “Empresa ALEX” y el “Sindicato de Iniciativa del Turismo del Municipio de Petrópolis”.

En un segundo momento, se seleccionaron y analizaron algunos textos e imágenes producidas por los principales agentes responsables de la organización del turismo en Petrópolis; que ciertamente fueron determinantes en la construcción de su “naturaleza turística” en sus inicios. Para esto se analizaron las guías y revistas producidas por la “Empresa ALEX” y el “Sindicato de Iniciativa del Turismo del Municipio de Petrópolis”.

El estudio fue realizado a través de la bibliografía técnico-científica existente y de la investigación documental e iconográfica de las narrativas e imágenes turísticas de Petrópolis en sus inicios. Con ese fin se seleccionaron guías y revistas publicadas entre los años 1900 y 1930.

PETRÓPOLIS: BREVE CONTEXTUALIZACIÓN

La ciudad de Petrópolis se localiza geográficamente en la Región Serrana del Estado de Rio de Janeiro (Brasil), y posee una altitud media de 810 metros. El clima es agradable y varía entre 10° y 30°C. La ciudad se destaca por sus bellezas naturales, posee un 70% de Mata Atlántica preservada, y por sus atractivos culturales. El municipio alberga una población estimada de 306.645 habitantes (IBGE, 2007). Petrópolis está ubicada a sólo 68 kilómetros de la ciudad de Rio de Janeiro.

La región donde la ciudad está situada comenzó a formar parte del mapa de Brasil a partir del siglo XVIII cuando se abrieron los caminos hacia las minas de oro en el interior de la colonia. A partir de ese momento se originaron los primeros poblados. En marzo de 1822, la región atravesó un

intenso proceso de dinamización a partir de la visita de un ilustre huésped, el entonces Emperador Don Pedro I, quien de paso hacia las minas de oro pernoctó en la hacienda del Padre Correia.

A fundação da cidade de Petrópolis está intimamente ligada ao Imperador D. Pedro I e ao Pe. Correia. Desde que o Imperador pernitoiu na fazenda do padre, de passagem pelo Caminho do Ouro que o levaria às Minas Gerais, ficou encantado com a exuberância e amenidade do clima. Foi seu desejo então, adquirir a propriedade para seu uso e, em especial, para o tratamento de sua filha, Princesa Dona Paula Mariana de cinco anos, sempre muito doente e que se recuperou bem quando lá esteve (Taulois, 2007:04).

A partir de ese momento el Emperador decidió adquirir una propiedad en la región, no sólo por la salud de su hija, sino también porque deseaba construir otro palacio en algún lugar fuera de la ciudad de Rio de Janeiro que tuviese un clima más agradable que el intenso calor de la región de la Quinta da Boa Vista. Es importante recordar también que entre las monarquías europeas era común en esa época, tener una segunda residencia real, llamada residencia de verano.

En el año 1830, Don Pedro I finalmente adquiere una gran extensión de tierras en la región donde hoy se encuentra la ciudad de Petrópolis. Pero la construcción del tan soñado palacio la realizará algunos años más tarde su hijo Don Pedro II. El 16 de marzo de 1843, el Emperador Don Pedro II designa al Mayor Köeler para el proyecto y la construcción del Palacio Imperial, la urbanización de una Villa Imperial y la construcción de una iglesia y un cementerio. Todo ese plan urbanístico se conoció como "Plan Köeler" (Ambrozio, 2008). A partir de este osado plan urbanístico, Petrópolis se elevó a la categoría de ciudad en 1857. Su ocupación se dio en gran parte por inmigrantes y colonos oriundos principalmente de países europeos, como Alemania.

Después de la Proclamación de la República y del consecuente exilio de la Familia Imperial, Petrópolis mantuvo su importancia en el escenario político nacional y fue elevada a capital del estado entre 1894 y 1903. A partir de 1904, la antigua residencia del entonces Barón de Rio Negro se convierte en residencia oficial de verano de los Presidentes de la República. Así, la ciudad de Petrópolis sigue siendo la ciudad de veraneo de los jefes de Estado en Brasil, incluso en la actualidad.

El Palacio Rio Negro (como se lo conoce) ya sirvió de morada de veraneo a varios presidentes como Rodrigues Alves, Afonso Pena, Nilo Peçanha, Hermes da Fonseca, Wenceslau Brás, Eptácio Pessoa, Artur Bernardes, Washington Luiz, Getúlio Vargas, Gaspar Dutra, Café Filho, Juscelino Kubitschek, João Goulart y Costa & Silva. El usuario más conocido del palacio fue el Presidente Getúlio Vargas, quien durante los 18 años de presidencia pasó todos los veranos en la ciudad (Prefeitura Municipal de Petrópolis, s/f). En los últimos años, la ciudad de Petrópolis recibió la visita de los presidentes Fernando Henrique Cardoso y Luiz Inácio Lula da Silva.

Siguiendo el ejemplo de la familia imperial y de los presidentes, Petrópolis se convirtió en un importante reducto de intelectuales, artistas, nobles y políticos de diferentes épocas que establecían allí sus residencias de verano. Esas personalidades se instalaron en palacetes, casas de arquitectura peculiar o en refinados hoteles, produciendo un espacio urbano bien singular en comparación con el de otras ciudades brasileñas.

DE LA VILEGIATURA (VILLA DE VACACIONES) A LA LLEGADA DEL TURISMO ORGANIZADO

Para comprender el surgimiento y evolución del turismo en la ciudad de Petrópolis, se torna fundamental la comprensión de otro fenómeno anterior a él: *la Vilegiatura* o villa de vacaciones. Ambrozio (2008) realiza una comparación entre la idea de *vilegiatura* y la de turismo a fin de conceptualizar la primera:

A vilegiatura, aqui, foi conceituada como gênero adverso do turismo. Vilegiatura como velho contraparente do turismo. Uma designação renascentista para a estada ou permanência no campo, vida de campo ou morada no campo durante a estação calmosa, gerando vilas aristocráticas, diferentemente do turismo, variante do vocábulo tour, que, de fato, apenas surgiu quando os trabalhadores dos países altamente industrializados foram incorporados, como sócios menores, aos benefícios do aumento da produtividade do trabalho, dentre esses proveitos, a redução da jornada de trabalho gerando maior tempo livre remunerado – as férias. O vocábulo turismo nasceu no século XIX na Inglaterra. Não existiria tal prática de deslocamento antes desse século e mesmo aí fora apenas organizado para a burguesia. Até então, deslocamento de cura ou descanso fora prática usual da aristocracia, com ritmo e lugares distantes vinculados à vilegiatura e, no tempo, apartados do turismo (Ambrozio, 2008: 18-19).

La diferencia básica entre la *vilegiatura* y el turismo es que la primera estaría dirigida a la aristocracia y el segundo nace para la burguesía y evoluciona hacia las clases trabajadoras. Ferrara (1996), al hacer un análisis comparativo entre la *vilegiatura* y el turismo, como práctica cultural institucionalizada, señala lo siguiente:

Porém, como prática cultural institucionalizada, há entre a villeggiatura e o turismo uma essencial diferença: a villeggiatura corresponde, como já foi dito, a uma atividade privada e, se possível, anônima; o turismo é atividade organizada, pública e comercial. Pode-se entender que as raízes do turismo como organização (grifos meus) estão vinculadas à criação do Touring Club da França em 1890 e do Guide Michelin em 1900 (Ferrara, 1996:21).

Por el carácter público-comercial que diferenciaba al turismo, fue necesario organizarlo como sector de negocios, a fin de garantizar su sustentación y su consecutivo desarrollo. La organización del turismo, en un primer momento, se da entre actores privados que se preocupaban por dinamizar el sector para maximizar sus ganancias financieras, y también entre personas o grupos que se

interesaban por la práctica del turismo como actividad recreativa. Algunos ejemplos de iniciativas organizadas a fin del siglo XIX son la creación de los primeros *Touring Clubs*, y la edición de guías de viaje comerciales, como fue citado anteriormente por Ferrara (1996).

A fines del siglo XIX, con el surgimiento y la popularización de la bicicleta, muchas personas optaron por viajar por medio de este nuevo medio de transporte. Solos o en grupos, los ciclistas comenzaron a viajar principalmente por el interior de los países. Este tipo de desplazamiento demandó una serie de nuevas necesidades como reservas de alojamiento, información sobre vías de acceso y servicios de todo tipo. Así nació el *Touring Club* de Francia en 1890. Con el posterior ascenso del automóvil, los *Touring Clubs* se transforman en clubes de fomento y protección del turista en automóvil.

Es importante recordar que *“Durante diversas décadas após a sua invenção, bicicleta e automóvel foram meios de turismo – elitista – mas não meios de transporte que os entendemos atualmente [...] foi primeiramente para sair em férias que esses novos veranistas adquiriram um automóvel”* (Boyer, 2003:09).

Así durante el siglo XIX fueron surgiendo los *Touring Clubs* por varios países europeos, se difundieron por otros países del mundo en el siglo XX y en 1923 fue creado en Brasil (Gastal & Castro, 2008: 35). El *Touring Club* de Brasil recibió esta denominación en 1926 ya que cuando se inauguró fue denominado Sociedad Brasileña de Turismo.

Otras acciones relevantes sobre la organización del turismo en sus inicios, fueron los llamados “Sindicatos de Iniciativa del Turismo”. Según Boyer (2003), estos sindicatos fueron comités de personas conocidas que voluntariamente daban información y prestaban servicios a los habitantes. Su objetivo era atraer y elegir bien a los turistas. El primero de ellos fue el Sindicato de Iniciativa de Grenoble (Francia), fundado en 1889 (Boyer, 2003: 67). Cabe mencionar que el poder público comenzó a preocuparse de la organización de la actividad turística algunas décadas después.

EL TURISMO ORGANIZADO EN PETRÓPOLIS A COMIENZOS DEL SIGLO XX

La actividad turística se origina en Petrópolis de una manera peculiar en relación al resto de Brasil. Camargo (2003), al escribir sobre los inicios del turismo brasileño en el siglo XIX, afirma:

De volta à Corte, um fenômeno desconhecido da colônia: a vilegiatura [...]. Caberá ao filho, Pedro II, inventar a cidade imperial para onde se deslocava nos meses de verão, seguido pela Corte – ministros, funcionários e familiares – e por diplomatas estrangeiros. É certo que seguirão o imperador famílias da elite e figuras que se deslocam para onde se dirige o poder. Aos poucos, Petrópolis se impõe, transforma-se em hábito que terá sua continuidade com a presidência e as figuras gradas da capital federal. (Camargo, 2003: 70).

Sobre este tema Ignarra (2001: 20) señala que *“Nesse período se desenvolve Petrópolis como primeira estância climática brasileira, local escolhido pela realeza para fugir do calor do Rio de Janeiro”*.

En sus reflexiones sobre el origen del turismo brasileño, los dos autores citados presentan a la ciudad de Petrópolis no sólo como un importante marco de lo que se denomina turismo, sino también como un lugar que surgió y se desarrolló a partir del flujo de viajeros. Como fue explicitado, Petrópolis nace como destino de veraneo de la aristocracia. Por las definiciones anteriores, se puede afirmar que Petrópolis nace como una *villa* aristocrática: la *villa* de Don Pedro II y de su corte, que naturalmente se configura como un importante destino de *villegiatura* en el siglo XIX. Boyer (2003: 21) afirma que el término *villegiatura* se origina con la construcción de las mansiones de verano en torno de las ciudades italianas del siglo XVI, denominadas *villas*; como las villas palladianas de Brenta. Sobre el origen del término *villegiatura*, vale también consultar a Ambrozio (2005), quien realiza un profundo estudio etimológico de los términos *Villa* y *Villegiatura*.

Nos anos [18]60 já se contavam às dezenas de mansões de nobres cariocas, com seus baronetes, marqueses e viscondes que “na estação” escolhiam o local como sede para os encontros políticos e bailes sociais. A cidade torna-se uma espécie de vila européia, e lá todos vivem como se estivessem “na civilização”. [...] Não fossem os serviçais negros, que dividem o espaço com os imigrantes alemães, dir-se-ia que estávamos em uma nova Europa. (Schwarcz, 1998: 239)

A principios del siglo XX, con la creciente industrialización, el acelerado proceso de urbanización, el ascenso de la clase burguesa y del trabajo asalariado en Brasil, acompañado de la difusión y evolución de las vías y medios de transportes, se puede decir que la *villegiatura* va dando lugar a otro fenómeno: el turismo.

No início do século 20, a novas camadas sociais como os burgueses, os funcionários públicos, os profissionais liberais se apropriam das práticas e dos lugares do turismo aristocrático. É desse modo que se estabelece uma relação paradoxal entre o turismo, invenção da elite, e as práticas do turismo de massa (Boyer, 2003:09).

La ciudad de Rio de Janeiro es mencionada por algunos autores como el principal destino turístico de Brasil de principios del siglo XX. Vale recordar que la actividad turística organizada en la capital federal sólo se da a partir de las primeras décadas del siglo.

No Brasil, foi apenas nas primeiras décadas do século XX que o turismo organizado começou a funcionar, tendo como principal centro a cidade do Rio de Janeiro. Surgiram os primeiros guias, hotéis turísticos, órgãos oficiais e agências de viagem destinadas prioritariamente a atrair e a receber turistas. (Castro, 1999: 80-81).

Algunos acontecimientos históricos muestran cierta particularidad de la ciudad de Petrópolis en cuanto a la organización y consolidación de la actividad turística, al menos si se compara con la Capital Federal, colocada siempre como precursora de las novedades. Existen registros que señalan la existencia de una empresa de turismo inaugurada en 1908, la llamada “Empresa ALEX”; mientras que la propia capital federal de la época, Rio de Janeiro, tuvo agencias de turismo recién en la década de 1920 (Santos, 2003: 8).

Otro hito importante fue la creación del “Sindicato de Iniciativa del Turismo del Municipio de Petrópolis”, en 1922, y la Sociedad Brasileña de Turismo, en 1923, situada en Rio de Janeiro. Vale señalar que importantes hoteles de Petrópolis como el Hotel Bragança, el Hotel Inglês y el Hotel Beresford, aparecen con frecuencia en los relatos de los viajeros desde la década de 1860, mientras que algunos puntos emblemáticos de la hotelería carioca, como el Hotel Copacabana Palace, aparece en la década de 1920.

Existen cuatro importantes publicaciones de viajeros que se aventuraron a la región durante el siglo XIX (publicadas entre 1862 y 1885); que sirvieron mucho en la difusión de la ciudad. El Museo Imperial de Petrópolis reeditó estas cuatro obras en un único volumen (Ministério da Educação e Cultura, 1995).

Esos datos históricos reflejan el carácter pionero de la organización del turismo en la ciudad de Petrópolis y muestran la importancia de esa actividad desde sus inicios. A pesar de eso, el poder público municipal sólo se va a preocupar por la organización y regulación de la actividad a partir de la década de 1950. En 1952 se creó el primer órgano de turismo en el municipio: la Inspección de Turismo del Municipio de Petrópolis, creada por la *Deliberação nº 322* (31 de marzo de 1952) durante la administración de Cordolino José Ambrósio (PTB) cuyas atribuciones eran la publicidad del municipio, la difusión del turismo, la organización de excursiones turísticas y el control del elemento turista. Dicho organismo fue transformado en Departamento de Turismo y Certámenes (el 4 de diciembre de 1962, bajo la administración de Nelson de Sá Earp (UDN), y a través de la *Deliberação nº 1611*); al que se le agregaron las siguientes funciones: a) Mantener una oficina de turismo, preferentemente en el centro de la ciudad; b) mantener intérpretes para la atención de los turistas extranjeros, pudiendo solicitar a los mismos en la Secretaría de Educación del Municipio o entre los estudiantes de Petrópolis, mediante concurso; c) mantener o contratar ómnibus, de preferencia con servicio de sonido interno, para hacer visitas guiadas por la ciudad para los turistas.

Más allá de esto, el poder público comienza a realizar acciones efectivas, en cuanto a la organización de la actividad turística, en 1973. Durante la gestión de Paulo José Alves Rattes (MDB) se instituyó la primera Política Municipal de Turismo y se creó la Empresa de Turismo de Petrópolis (denominada PETROTUR); por la *Deliberação nº 3.509* del 20 de diciembre de 1973.

LA CONSTRUCCIÓN DE LA NATURALEZA TURÍSTICA DE UN LUGAR

Considerando las cuestiones propuestas en la investigación, el principal concepto utilizado será el de construcción de la “naturaleza turística” que Castro describe de la siguiente manera:

A “natureza turística” da cidade é aqui entendida como uma construção histórica e cultural, não como um dado eterno. Esse processo envolve a criação de um sistema integrado de significados por meio dos quais a realidade turística de um lugar é estabelecida, mantida e negociada, e tem como resultado o estabelecimento de narrativas a respeito do interesse que a cidade tem como destinação turística. Essas narrativas, que se modificam com o tempo, em alguma medida antecipam o tipo de experiência que o turista deve ter e necessariamente envolvem seleções: enquanto alguns elementos são iluminados, outros permanecem na sombra (Castro, 2002: 119).

Ese concepto será aplicado a fin de comprender las construcciones culturales que han definido la “naturaleza turística” del municipio de Petrópolis y las modificaciones que ha sufrido a través del tiempo, en diferentes contextos históricos. En el presente trabajo, como ya se mencionó, será destacado el período histórico ubicado a principios del siglo XX.

Las narrativas e imágenes que determinan la naturaleza turística de un lugar, muchas veces, son creados por los medios de comunicación. Según Boyer (2003: 34), “*As diversas mídias tecem elogios aos lugares turísticos, às atrações, levam a descobrir países distantes. [...] O cinema, a televisão, a publicidade atualmente fazem um número cada vez maior de pessoas partir...*”. Entre los medios más importantes de este proceso, se destacan las guías y los folletos turísticos.

Os guias e folhetos turísticos procuram orientar o olhar do turista, oferecendo seleções de locais dignos de atenção, roteiros de visitas e adjetivos para descrevê-los. Eles antecipam a experiência daquele que viaja, que muitas vezes sente prazer no simples reconhecimento in loco daquilo que já viu ou leu. A repetição de narrativas e imagens associadas a um lugar vai cristalizando e disseminando sua qualidade turística. (Castro, 1999: 84)

Se entiende que las guías turísticas y los medios especializados destinados a los viajeros se constituyen en referencias relevantes para analizar la creación de la naturaleza turística de una localidad en un determinado momento histórico. Montejano (2001) realiza un profundo análisis sobre las guías turísticas y otros medios de comunicación relacionados con el turismo.

NARRATIVAS E IMÁGENES DEL TURISMO DE PETRÓPOLIS EN LAS REVISTAS Y GUÍAS TURÍSTICAS DE LA ÉPOCA

Para comprender mejor cómo se originó la organización del turismo en Petrópolis y analizar la construcción de su “naturaleza turística”, se tomaron como referencia las publicaciones volcadas al

público viajero de la ciudad a principios del siglo XX. Se seleccionaron sólo publicaciones producidas en Petrópolis, a fin de deducir cómo se dio la construcción de la “naturaleza turística” del municipio a través de sus actores e instituciones locales.

El estudio fue realizado a través de la investigación documental, bibliográfica e iconográfica buscando narrativas e imágenes del turismo en Petrópolis, en revistas y guías de viajeros. El relevamiento se realizó en los siguientes lugares: 1) “Sala Petrópolis”, localizada en la Biblioteca Central Municipal Gabriela Mistral; 2) Archivo particular del Professor Joaquim Eloy dos Santos: presidente del Instituto Histórico de Petrópolis; 3) Biblioteca del Museo Imperial de Petrópolis; 4) Biblioteca de la Universidad Católica de Petrópolis.

Las publicaciones destinadas a los viajeros existen en Petrópolis desde el período imperial. La primera publicación de la cual se tiene registro, es el ensayo de Carlos Augusto Taunay, que se denomina “*Viagem Pitoresca a Petrópolis*” (Ministério da Educação e Cultura, 1995) y data de 1862. Muchas otras se produjeron con el fin de difundir la ciudad. Silveira Filho (1985), al escribir sobre las guías publicadas en Petrópolis, afirma:

Por tal é que a publicação de guias foi um elemento da maior importância no passado de nossa cidade, e que muito contribuiu para celebrá-la em vários particulares, pela grande eficiência na apresentação de guias e roteiros (indicadores). A época de ouro dos mesmos situa-se no período de 1885 a 1928, quando ocorrem as explosões tipográficas em nossa cidade (mais precisamente na República Velha). (Silveira Filho, 1985:1)

El período de la *República Velha* fue bien significativo en cuanto a la producción de las guías de viaje. Fue justamente en esta época que el fenómeno de la *villegiatura* dio lugar al turismo organizado. Uno de los factores que determinaron la transición de la *villegiatura* hacia el turismo organizado en Petrópolis fue el surgimiento de las guías y de la prensa especializada.

Como ya se mencionó surgieron en las primeras décadas del siglo XX varias editoriales que producían no sólo guías, sino publicaciones de los más diversos géneros. Sobre la prensa petropolitana de ese período, Silveira Filho afirma lo siguiente:

Como vem sendo percorrido em nossos trabalhos sobre a imprensa petropolitana, esta por número e variedades de publicações foi uma das mais importantes do Brasil, com um excelente parque tipográfico e dotado dos mais experientes profissionais, no que nada deixou a dever à da capital e às das mais importantes cidades do país. (Silveira Filho, 1985: 1)

Un tipo de publicación que se destacó en la época fueron las revistas que trataban de las más variadas temáticas como religión, literatura, política, información general, vida social, deportes,

diversiones, entre otras. Silveira Filho (s/d:s/p) en un ensayo sobre las revistas petropolitanas en la *República Velha*, enumeró 22 títulos de diferentes periódicos que surgieron en este período.

Las publicaciones que fueron analizadas no tuvieron como finalidad principal la difusión y orientación de los atractivos, como era el caso de las guías turísticas. Las revistas tenían un fin informativo, más crítico, y abordaban algunos temas de interés político. Como en general se dirigían a los veraneantes, casi siempre de la clase más pudiente, que pasaba sólo algunos meses en la ciudad; destacaban los puntos turísticos, y difundían eventos y acontecimientos relevantes como la visita de celebridades de la época.

Muitas destas revistas eram distribuídas nos Clubes de então, chegando inclusive a circular nos trens e na estação ferroviária ou nos Cafés. Eram geralmente impressas às vésperas da chegada de comitivas para o verão petropolitano, com presidentes, funcionários públicos e legações estrangeiras. Algumas funcionavam inclusive como roteiro de festas, piqueniques, e outras atividades. (Silveira Filho, s/d:s/p)

Durante el estudio se encontraron en los diferentes centros de documentación investigados una relevante diversidad de publicaciones dirigidas al público viajero que llegaba a Petrópolis. Al analizar gran parte de los materiales, se percibió que tanto las guías como las revistas publicadas por la “Empresa ALEX” y por el “Sindicato de Iniciativa del Turismo del Municipio de Petrópolis” (S.I.T.M.P.), fueron las obras que mejor atendían los objetivos del estudio en cuestión. Esto responde a la calidad gráfica, al carácter pionero de las publicaciones, y a que eran las dos instituciones de fundamental relevancia en la organización del turismo local. Consecutivamente, fueron importantes agentes que contribuyeron en la construcción de la “naturaleza turística” del municipio.

Guía “Petrópolis Ciudad de Brasil: La Reina de las Sierras” (1910)

Esta guía se destaca por ser editada por la ya mencionada Empresa ALEX (1910) a cuyo frente se encontraba el empresario, publicista y escritor João Roberto D’Escagnolle. También llama la atención el diseño gráfico, superior al de otras publicaciones semejantes de la época. La guía presenta fotografías e ilustraciones de diferentes puntos de la ciudad.

Otra cuestión relevante fue el hecho de ser la primera guía para turistas. La séptima página inicia la sección “Guía para el ‘touriste’: cómo se realiza el viaje de Rio hacia Petrópolis”; y muestra el itinerario para llegar a la ciudad desde su principal centro emisor (Rio de Janeiro). La guía muestra los medios de transporte disponibles, los servicios gastronómicos durante el viaje, los precios de los pasajes y los servicios, y destaca las bellezas del camino.

Para describir a Petrópolis, la guía utiliza la siguiente expresión: “*Es la más bella, elegante, pintoresca y agradable ciudad de América del Sur*” (08). Vale decir que toda la sección se repite en

tres idiomas, portugués, francés e inglés, característica aún inédita entre las guías petropolitanas. Al analizar la publicación como un todo se perciben dos características bien sobresalientes en las descripciones de la ciudad y sus atractivos:

a) *Alusión a la privilegiada situación climática y a la condición higiénica y de salubridad de la ciudad*

La guía muestra a Petrópolis como un lugar que proporciona un clima y temperaturas más agradables que las demás ciudades. Muestra también una combinación de elementos geográficos como relieve, vegetación, hidrografía y altitud; que, aliados a los buenos servicios urbanos como abastecimiento de agua y distribución de energía eléctrica, colaboró en la construcción de la noción de ciudad higiénica y saludable o “ciudad de cura”. Esto se puede apreciar en el siguiente fragmento del texto “La dulzura térmica de Petrópolis” (Paschoal de Moraes):

Petrópolis gosa, pela sua excelente e sibilime localização alterosa e cheia de farta e vigorosa vegetação, de uma temperatura suportavel e amena e de um clima incomparavelmente pulchro, abundante de salubridade propria, admiravel.

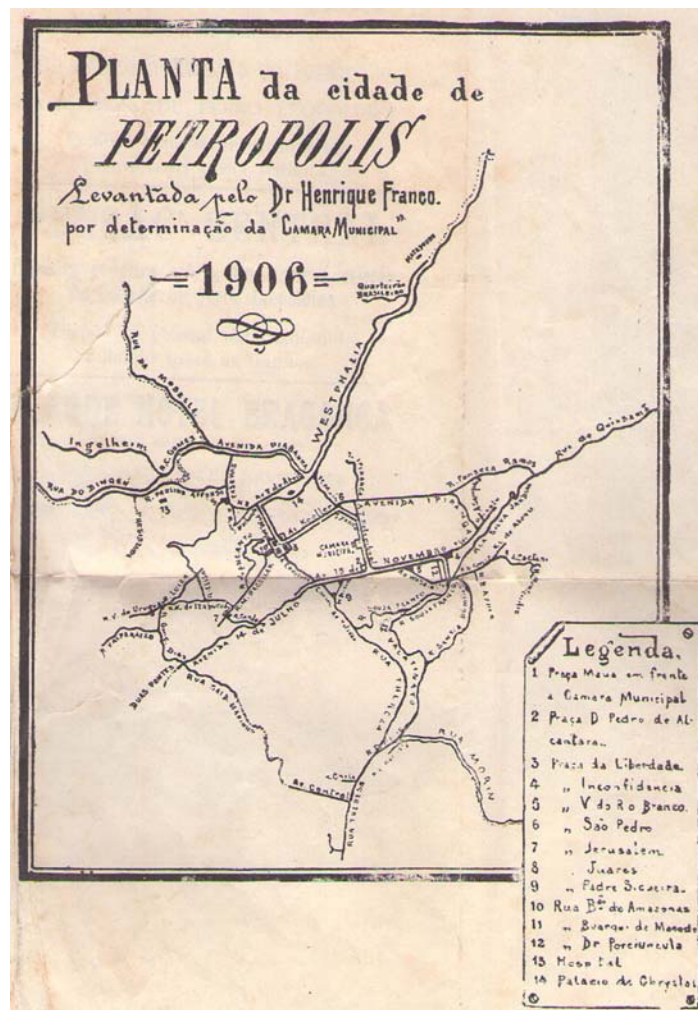
Nunca nos constou que, na venturosa cidade, medrasse epidemias nem endemias de especie alguma; o mesmo obituario natural da civitas, que tem cerca de 25.000 (hab.), no estio, ás vezes, em um, dois e mais dias, é nullo ou insignificante. É que as excellentes condições climaticas, favorecidas, da cidade, em tudo são as mais benignas e higienicas que se possam desejar para viver-se e attingir-se mesmo á venerada longevidade (25-26).

Otros detalles interesantes ayudan a afirmar la idea de “ciudad de cura”; como son los variados avisos publicitarios de médicos, farmacias y establecimientos hidroterápicos. Una expresión para destacar, que aparece en la contratapa de la guía, es: “*Un día en Petrópolis es el mejor tónico. Visiten Petrópolis*”.

Otra cuestión relevante es la presentación del mapa de la ciudad en la guía (Figura 1). Al observar la leyenda, se verifica que la mayoría de los puntos referenciados en el mapa son plazas. El discurso higienista de la época enfatizaba que “*a relação entre uma praça e uma cidade devia ser idêntica à relação do pulmão com o corpo*” (Guerra citado en Benchimol, 1990: 117).

O sea que la salubridad de una ciudad estaba directamente ligada al número de plazas y paseos públicos que poseía. Vale destacar que Rio de Janeiro, antes de las reformas urbanas, poseía pocas plazas y este requisito fue tenido en cuenta por Koeler al planear la ciudad de Petrópolis.

Figura 1: Planta de la ciudad de Petrópolis de 1906



Fuente: Empresa Alex (1910:s/p)

El mapa que consta en la guía no debe, necesariamente, ser tratado como un “mapa turístico”, sino como un mapa diseñado prioritariamente para dirigir al turista hacia los atractivos y equipamientos que le pueden interesar en la localidad visitada. Como se puede observar en el título, es descrito como una “Planta de la ciudad de Petrópolis realizada por el Dr. Henrique Franco por determinación de la ‘Cámara Municipal’”. Probablemente fue una planta realizada con diversas finalidades; pero se debe considerar el hecho de que aparece dentro de una guía de turismo, lo que presupone que será usada para orientar a los turistas.

b) Se destacan los atractivos de los barrios periféricos; a diferencia de las guías y publicaciones actuales, que enfatizan el Centro Histórico y sus alrededores.

Curiosamente, esta publicación hace mención a los barrios que hoy en día no aparecen en los itinerarios turísticos convencionales. Un interesante pasaje de la guía presenta esos barrios como paseos pintorescos de Petrópolis:

Entre os muitos passeios pittorescos citaremos os da Crêmerir Buisson, Cascata Itamaraty, Represa do Caxambú, Estrada da Saudade e Cascatinha (p. 08-9).

“Guía de Petrópolis” (1925)

La “Guía de Petrópolis” fue creada por el “Sindicato de Iniciativa del Turismo del Municipio de Petrópolis” (S.I.T.M.P.). Esta guía, además de presentar un buen diseño gráfico, buenas imágenes, mapas e información sobre la ciudad, se destaca entre las demás por sus discursos en pro del turismo en el municipio y en el país. En diversos momentos se muestran textos sobre el S.I.T.M.P., su formación, sus miembros, su actuación y su disponibilidad para ayudar a los turistas; además de ensayos sobre la importancia del turismo en la ciudad y en Brasil.

En cuanto a la información sobre los atractivos, paseos, servicios de hospedaje, gastronomía, entre otras, la “Guía de Petrópolis” es más completa que la guía analizada anteriormente. Es importante decir que la “Guía de Petrópolis” fue publicada 15 años después que la guía editada por la “Empresa ALEX”. A continuación se incluyen algunas narrativas e imágenes interesantes encontradas en la publicación:

a) Petrópolis: “burgo industrial”. En diferentes momentos, la guía describe la importancia económica de Petrópolis, presentándola como un “burgo industrial”. No sólo esta guía, sino otras publicaciones analizadas (incluso del siglo XIX) presentan detalles de las diferentes industrias petropolitanas como si fueran atractivos dignos de visitar.

b) Petrópolis: Lugar Campestre, Bucólico y Pintoresco. Se exalta a Petrópolis como un lugar con estas características, que guardaba costumbres tradicionales que no se veían en los grandes centros urbanos. Se sostiene la idea de que en Petrópolis la vida era más simple y la naturaleza estaba más próxima. La fotografía (Figura 2) de un carro lechero acompañada del texto “costumbres antiguas” ilustra esta idea. En otros momentos, la guía destaca el paseo por diversos barrios, incluyendo los distritos. Vale decir que la guía posee varias ilustraciones y fotografías de esos barrios.

c) “Reina de las Sierras” y “Princesa del Piabanha”: destino de personas elegantes y famosas. La guía muestra a Petrópolis como un destino para elites, donde los artistas, los intelectuales, los políticos y las personas de la “alta sociedad” iban a veranear. En el siguiente fragmente se ilustra claramente esta situación.

Figura 2: Costumbres antiguas



Fuente: Sindicato de Iniciativa de Turismo do Município de Petrópolis (1925: s/p)

[...] *“Rainha das Serras” e Princesa do Piabanha é, senão a mais elegante, uma das mais procuradas estâncias do verão do Brasil e a que mais tradições recorda pelo seu passado e glórias e galas no regimem do antigo império, e ainda hoje no actual, em que apesar da concorrência de outras formosas e lindas estâncias consegue acolher em seu seio a maioria da sociedade brasileira, cujas figuras mais representativas nella tem os seus bungalows, palacetes e villas de venaneo.* (05)

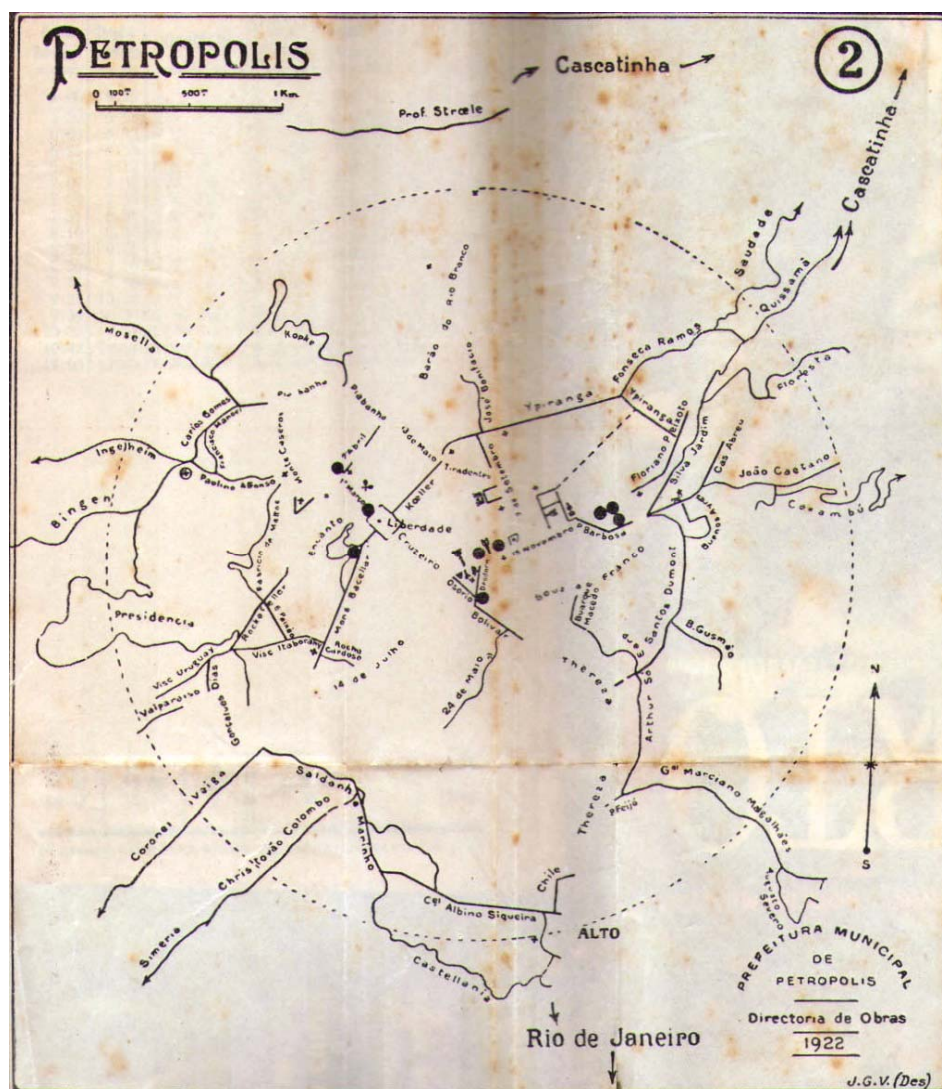
También son relevantes los textos sobre la importancia del turismo en Petrópolis y Brasil, y sobre la creación y el funcionamiento del S.I.T.M.P. La nota titulada “El turismo” comienza con la siguiente frase: *“O Turismo é na sua essência a consubstanciação máxima da propaganda inteligente e sabiamente conduzida das bellezas naturais e artísticas de um paiz [...]”* (s/p).

La guía también posee dos mapas interesantes, uno que muestra la ciudad y otro que indica el camino hacia Petrópolis desde Rio de Janeiro. Si se los compara con el mapa presentado por la otra guía, se puede decir que éstos son más completos; porque poseen mejores elementos cartográficos, como escalas, y por la forma como orientan al turista. A pesar de que el mapa de la ciudad no presenta una leyenda precisa, se observa que algunos puntos son ilustrados con pequeños símbolos (que representan hoteles, restaurantes y otros equipamientos turísticos de la época), que parecen ser indicaciones para el turista (Figura 3 y Figura 4).

Otro detalle importante es que el mapa que marca el camino hacia Petrópolis sólo muestra el itinerario desde la ciudad de Rio de Janeiro, presuponiendo que el visitante necesariamente saldrá de Rio. Es notoria la importancia e influencia que Rio de Janeiro ejerció sobre Petrópolis desde su origen, no sólo por ser capital, sino también por ser la “gran puerta de ingreso” para los turistas extranjeros hasta el día de hoy. Pero, ¿será que los visitantes del interior del estado o incluso de otros estados, como Minas Gerais, no interesaban a los agentes organizadores del turismo petropolitano?, ¿o será que esta guía sólo circulaba entre el público originario de la capital? Vale

señalar que también otras guías se dirigían a este público, no sólo a través de mapas sino también en la descripción del trayecto.

Figura 3: Mapa de la ciudad de Petrópolis de 1922



Fuente: Sindicato de Iniciativa de Turismo do Município de Petrópolis (1925: s/p)

Revista “Petrópolis -Turismo”

Esta revista también fue editada por el “Sindicato de Iniciativa del Turismo del Municipio de Petrópolis”; y era una especie de boletín de difusión de las acciones, campañas, discursos, iniciativas y personas o entidades que integraban el S.I.T.M.P. Se encontraron sólo dos números (1923 y 1924). Como uno de los objetivos del Sindicato era “llamar la atención de los pobladores y visitantes hacia las curiosidades de la región (monumentos, lugares y paisajes interesantes, etc.)”, la revista naturalmente se dedicó a difundir los atractivos, paseos, equipamientos y todo lo que fuera de interés para el turista y para concientizar a la propia comunidad petropolitana.

Figura 4: Mapa del camino de Rio de Janeiro a Petrópolis



Fuente: Sindicato de Iniciativa de Turismo do Município de Petrópolis (1925: s/p)

Esta revista se diferenció de las demás publicaciones investigadas por un tono más politizado a través de campañas sistemáticas en pro de dos banderas:

a) El desarrollo del turismo como actividad económica en Petrópolis y Brasil. La revista proveía información sobre el turismo en Brasil y el mundo, con artículos que trataban desde el desarrollo del turismo en la vecina Teresópolis, hasta los deportes de invierno en Francia. Existía también una

sección denominada “Notas sobre Turismo”, donde se publicaban novedades sobre esta actividad, como la que se transcribe a continuación:

Em Setembro do anno que ora findou, fundou-se no Rio Grande do Sul, uma companhia de navegação com o fim exclusivo de viagens e recreio entre os principaes paizes da America do Sul, tendo-se assentado o inicio das viagens desse gênero, por todo o começo deste anno. (Petropolis-Turismo, 1923: s/p)

Además, se publicaban ensayos críticos, que enfatizaban la importancia del turismo como actividad económica. En uno de estos ensayos, titulado “El Turismo en Petrópolis” y firmado por el seudónimo E.B., la actividad turística es presentada de la siguiente forma:

Como se sabe, o Turismo tornou-se uma industria, que consiste em proporcionar não só aos visitantes de certa localidade meios fáceis de os conduzir a todos os pontos e zonas a que se destinam, guiando-os no conhecimento de tudo que se lhes possa interessar, como em trazer também, a essa mesma localidade, grande desenvolvimento e enormes vantagens, dada a atividade que o seu comercio e a sua vida tomam, e muito lucram, natural e forçosamente, pelo movimento que se opera devido á vinda constante de forasteiros. (Petropolis-Turismo, 1923:s/p)

Estos artículos refuerzan la idea de que en la década de 1920 ya había en Petrópolis personas trabajando en el sector de turismo y formando un pensamiento crítico sobre el tema. A pesar de que los autores enfatizaron casi por unanimidad los aspectos económicos del turismo, sin reflexionar sobre las consecuencias negativas del mismo, se puede considerar como un avance relevante para la época estudiada.

b) Campaña por el desarrollo de las carreteras. Diversos textos poseen discursos en pro de la apertura y conservación de las carreteras, además de recomendar al automóvil como medio de transporte dominante. Tanto la revista “Petrópolis -Turismo” como la “Guía de Petrópolis” (ambos editados por el S.I.T.M.P.) presentan avisos de equipamientos y servicios derivados de la industria automovilística, como alquiler de autos de paseo, difusión de tiendas de auto partes, neumáticos, entre otros; que ciertamente contribuían al mantenimiento de las publicaciones y del propio Sindicato.

Todas as pessoas que se interessam pelos problemas nacionaes e de fins de beneficio colectivo, não podem deixar, de observar o movimento, hoje, em prol das estradas de rodagem.

Chamamos, assim, a atenção de V. Excia. para os verdadeiros intuitos do “Syndicato de Iniciativa de Turismo do Municipio de Petropolis” e do “Automovel Club do Brasil”, duas instituições de iniciativa particular, que patrioticamente, se propõe a atrahir o maior empenho possível dos brasileiros em auxiliar um dos grandes e verdadeiros empreendimentos para o nosso paiz. (Petropolis-Turismo, 1924: s/p)

Diversos textos se referían a las obras y los futuros beneficios de la nueva carretera Rio-Petrópolis que estaba por ser inaugurada. Vale decir que en esta época, el automóvil crecía como medio de transporte preferido para viajar; y se percibe que, tanto los veraneantes tradicionales como los responsables del turismo en la ciudad, estaban ansiosos por recibir a los visitantes que se desplazarían con más facilidad.

La revista también difundía las diferentes iniciativas promovidas por el propio Sindicato, como concursos en pro de la actividad turística, cursos, eventos, entre otras. La figura descrita más abajo muestra el “Concurso Pro Turismo”. Vale observar que los participantes, los premios y hasta el día del sorteo, tienen relación directa con la industria automovilística.

Revista “Verano en Petrópolis”

Revista fundada por João Roberto D’Escragnole, propietario de la ya mencionada “Empresa ALEX”. Se empezó a publicar a partir de 1902; su periodicidad varió mucho a lo largo de los años (quincenal, semanal, anual); y tuvo diferentes etapas:

- Primera etapa: editada por su fundador, João Roberto D’Escragnole, desde sus orígenes en 1902 hasta el año 1923;
- Segunda etapa: editada por Leoncio Correia y Henrique Mercado, desde 1923 hasta 1930;
- Tercera etapa: dirigida por Luiz Affonso D’Escragnole, hijo de João Roberto D’Escragnole, a partir del año 1930. De esta tercera etapa sólo se encontraron dos ejemplares de 1930; y se puede afirmar que la revista cerró sus actividades este mismo año.

Era una revista eminentemente literaria, que circulaba durante los veranos de Petrópolis y que estaba dirigida a los veraneantes. Proveía información útil sobre la ciudad, los paseos, las fiestas y eventos, críticas de teatro y de cine. También incluía deporte, política (principalmente en su última etapa), y noticias sobre importantes veraneantes presentes en la ciudad como los presidentes de la República, parlamentarios, intelectuales y artistas. Además, contenía publicidades como avisos de hoteles, servicios médicos (todas las ediciones tenían una página exclusiva para los médicos), odontológicos (después de 1924), la famosa Cervecería Bohemia, restaurantes, cafés, entre otras.

En su primera etapa se da mucha importancia a las ventajas estructurales, climáticas y naturales del municipio. La siguiente cita describe la ciudad en 1902:

Clima incomparavel pela sua amenidade e salubridade. Imunidade absoluta contra a febre amarella, peste, malaria e epidemias de qualquer especie (...). Excellentes hotéis e pensões. (...) Theatros, estabelecimento hydrotherapico, Casino com orchestra. Distracções variadas, bailes e

matinéés, etc. (...) Enfim, todos os recursos de uma grande e prospera cidade, residencia habitual do corpo diplomatico e do alto commercio e finança e da élite da sociedade brasileira. As pessoas não acclimatadas no Rio, com occupação diurna nesta cidade, e que queiram se preservar da febre amarella e da malaria, devem passar todas as noites em Petropolis, onde não existem mosquitos transmissores dessas molestias e onde a temperatura é sempre uma delicia. (Verão em Petropolis, 1902:18)

Este texto, además de otros discursos, presentan a Petrópolis como un destino “elegante” de las “elites” y de la “buena sociedad” brasileña. La revista en sus diferentes etapas se dirigía claramente a las clases más poderosas.

Después de la década de 1920, aparecieron algunas columnas que resaltaban la importancia del turismo como motor de progreso y como actividad económica; y críticas sobre la gestión del mismo en Petrópolis y sobre la negligencia del poder público. Entre los diferentes textos, se destacan algunos del ensayo “Turismo: elemento de progreso”, escrito por Vicente Amorim en 1930:

Não ha um trecho da nossa terra, mais apropriado ao desenvolvimento da propaganda turistica, do que esse rincão admiravel e formoso, florido e perfumado que é Petropolis.

[...] Turismo é a derivante da vida agitada o presente, é a acção inteligente do homem, o automobilismo, a aviação, as auto-estradas, economizando tempo e encurtando as distancias, approximando os núcleos de população para que melhor se conheçam; é o intercambio de ideas e de possibilidades economicas, assegurando o equilibrio das massas humanas, cada qual ao seu rincão, produzindo e se engrandecendo, empenhados todos no surto grandioso dos destinos da patria para a consequente e indestructivel finalidade nacional.

[...] Infelizmente, porém, ainda não ha a percepção desse grande incentivador do progresso e do desenvolvimento das regiões de natureza pittoresca e ao mesmo tempo hospitaleira. (Verão em Petropolis, 1930:s/p)

En otro momento, Amorin critica el cierre del S.I.T.M.P. a fines de la década de 1920, resaltando el empeño insatisfactorio de sus miembros y la actuación de la institución como un todo.

Praticamente, pode-se dizer, nada se ha feito no sentido proprio de turismo, e o grande entrave, é proveniente da iniciativa até hoje, ter sido apenas secundada por individualidades de valor e de prestigio, mas, que não vivem em Petropolis, auscultando diuturnamente todos os seus anseios e todos os seus anhelos. (Verão em Petropolis, 1930:s/p)

Para completar, Amorin critica a los medios de difusión y a los equipamientos turísticos existentes en Petrópolis.

Até este momento, ainda não se conseguiu fazer uma propaganda eficaz de Petrópolis, e mesmo não se pôde fazel-a por que lhe faltam os requisitos indispensaveis, como por exemplo, um hotel de primeira ordem [...].

Ha bons, ha excellentes, mas ainda não há um sumptuoso, onde se possa accomodar um visitante regio; e é por isso que algumas personalidades de relevo mundial que visitam o Rio de Janeiro, vêm a Petrópolis apenas em excursão de horas, quando podiam ser hospedes desta terra, durante a permanência no paiz. (Verão em Petrópolis, 1930: s/p)

El último fragmento citado es relevante porque parece ser una crítica actual. Si fuera comparado con los documentos, reportajes o estudios contemporáneos sobre la demanda turística en Petrópolis, ciertamente aparecería el discurso sobre la dificultad de mantener al turista por más días en el municipio. ¿Será el excursionismo, el viaje donde el visitante no pernocta en el lugar (Lohmann & Panosso Netto, 2008: 90), en Petrópolis un fenómeno de casi un siglo? ¿O será más una construcción cultural que viene del inicio de su organización?

Este relato es importante para relativizar las narrativas expuestas sobre el turismo en Petrópolis, inclusive para mostrar que los servicios y equipamientos existentes, a pesar de ser precursores, no eran considerados por todos como los más apropiados. Es importante recordar que este texto fue el más reciente de los analizados y data de 1930.

CONSIDERACIONES FINALES

A partir del análisis de las narrativas e imágenes, se percibe que algunos discursos son unánimes en las publicaciones analizadas: 1) Se da gran importancia a la privilegiada situación climática e higiénica de la ciudad, construyendo una noción de Petrópolis como “ciudad de cura”; 2) Se construye una contradictoria noción de un lugar “Campestre, Bucólico y Pintoresco”, y al mismo tiempo se “vende” la idea de Petrópolis como un “burgo industrial”; 3) Las publicaciones también presentaron la noción de Petrópolis como “Reina de las Sierras” o “Princesa del *Piabanha*”; o sea, un destino volcado a las elites de la época.

Al analizar los discursos y acciones de algunos actores e instituciones existentes a principios del siglo XX se puede afirmar que el turismo en Petrópolis protagonizó una serie de debates, acciones y reacciones poco comunes en los municipios brasileños de aquella época, teniendo como interlocutores a la Empresa Alex y al Sindicato de Iniciativa del Turismo.

Teniendo como base las narrativas e imágenes analizadas, se acredita que el turismo en Petrópolis entre los años 1900 y 1930, más allá de poseer algunos elementos que pueden definirlo como organizado, no puede ser entendido como un destino de masas. Al observar la naturaleza de los anuncios, los lugares de circulación de las publicaciones, así como los atractivos y equipamientos

existentes en la época, no hay dudas de la preferencia de los actores locales por el turista perteneciente a la llamada “buena sociedad”.

Se puede afirmar que el turismo de masas en Petrópolis sólo surge después de la década de 1940 en otro contexto caracterizado por el fin de la Segunda Guerra Mundial (1945), con la transformación de otros atractivos como la apertura del Museo Imperial de Petrópolis (1943) y el cierre del casino del “Palácio Quitandinha” (1946). Pero este tipo de afirmaciones sólo será posible a través de futuros estudios sobre este período específico.

Otras preguntas que también quedan abiertas son: ¿cómo las narrativas e imágenes desarrolladas a principios del siglo XX evolucionaron hasta hoy en día? ¿De qué forma los actores e instituciones participantes del inicio de la organización de la actividad turística en Petrópolis influyeron en la organización del turismo en la ciudad a través de los años? ¿Y el poder público? ¿Como se dio su intervención junto a la actividad turística a través de los años?

Con este trabajo se pretende no sólo proponer la inserción de Petrópolis en una posible cronología histórica del turismo brasileño, sino también sensibilizar y provocar en los investigadores y estudiosos del área, la necesidad de invertir en estudios empíricos de naturaleza histórica en el campo del turismo en los diferentes municipios brasileños; así como en Brasil como un todo. Se espera que este trabajo haya contribuido, aunque de forma fragmentada, a la comprensión de la historia del turismo, que aún ha sido muy poco estudiada por los investigadores brasileños del área. Es claro que la tan deseada construcción epistemológica del turismo como campo científico, no evolucionará si no se tiene clara la construcción histórica como actividad.

Agradecimiento: Este trabajo es una compilación de parte de la disertación titulada “Historia del Turismo en Petrópolis entre 1900 y 1930”, defendida en marzo de 2010 junto al Centro de Pesquisa e Documentação em História Contemporânea do Brasil da Fundação Getúlio Vargas. Aprovecho para agradecer al Prof. Dr. Celso Castro por la orientación del mismo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Fuentes Primarias

Empresa Alex (1910) “Petrópolis cidade do Brasil: a rainha das Serras”. Tipografia da Escola Gratuita São José, Petrópolis

Sindicato de Iniciativa de Turismo do Município de Petropolis (Org.) (1925) “Guia de Petrópolis: por ocasião do 1º centenario do nascimento de D. Pedro II.” Petrópolis: Gráfica do Centro da Boa Imprensa

Petrópolis-Turismo (1923-1924) Petrópolis: Sindicato de Iniciativa de Turismo do Municipio de Petropolis, Anual

Prefeitura Municipal de Petrópolis (s/f) "Fundação de Cultura e Turismo". Disponible en: <<http://www.petropolis.rj.gov.br/>> Visitado el 29/10/2009.

Verão em Petrópolis (1902-1930) Petrópolis: Empresa ALEX. [Periodicidade variada]

Fuentes Secundarias

Ambrozio, J. C. G. (2008) "O presente e o passado no processo urbano da cidade de Petrópolis: uma história territorial". Tese (Doutorado). Universidade de São Paulo, São Paulo

Ambrozio, J. C. G. (2005) "Viagem, turismo e vilegiatura." GEOUSP – Espaço e Tempo. 18: 105-113

Benchimol, J. L. (1990) "Pereira Passos: um Haussmann tropical." Secretaria Municipal de Cultura, Rio de Janeiro

Boyer, M. (2003) "História do turismo de massa." EDUSC, Bauru

Camargo, H. L. (2003) "Fundamentos multidisciplinares do turismo: história". In Trigo, L. G. G. (Org.) "Turismo, Como Aprender, como Ensinar", Senac, São Paulo, pp. 33-85

Camargo, H. L. (2007) "Uma pré-história do turismo no Brasil: recreações aristocráticas e lazeres burgueses (1808-1850)". Aleph, São Paulo

Castro, C. (1999) "Narrativas e imagens do turismo no Rio de Janeiro". In Velho, G. (Org.) "Antropologia Urbana: Cultura e sociedade no Brasil e em Portugal." Jorge Zahar, Rio de Janeiro, pp. 80-87

Castro, C. (2002) "A natureza turística do Rio de Janeiro". In Banducci Jr, Álvaro & Barretto, M. (Org.) "Turismo e identidade local: uma visão antropológica." Papyrus, Campinas, pp. 117-126

Ferrara, L. D. A. (1996) "O Turismo dos Deslocamentos Virtuais". In: Iázigi, E., Cruz, R. C. A., Carlos, A. F. A. (Org.) "Turismo: espaço, paisagem e cultura." Hucitec, São Paulo, pp. 15-24

Gastal, S. Castro, M. N. (2008) "A construção do campo do turismo: o papel do Touring Club no Rio Grande do Sul." In Cândido, I. A. Zottis, A. M. (Orgs.) "Turismo: Multiplas Abordagens" Feevale: Novo Hamburgo, pp. 30-41

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) (2007) "Censo 2007". Brasília

Ignarra, L. R. (2001) "Fundamentos do turismo". Pioneira, São Paulo

Lohmann, G. Panosso Netto, A. (2008) "Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas." Aleph, São Paulo

Ministério da Educação e Cultura (1995) "Anuário do Museu Imperial." [Ed. Comemorativa]; Petrópolis

Montejano, J. M. (2001) "Estrutura do mercado turístico". Roca, São Paulo

Santos, J. E. (2003) "O Sindicato do Turismo". Tribuna de Petrópolis (Caderno História). Petrópolis, 20 de Agosto, p. 08

Schwarcz, L. M. (1998) "As barbas do imperador: D. Pedro II, um monarca nos trópicos." Companhia das Letras, São Paulo

Silveira Filho, O. F. (1985) "Contribuição à história da imprensa petropolitana: os guias petropolitanos." Tribuna de Petrópolis (Segundo Caderno) Petrópolis, 28 de janeiro, p. 01

Silveira Filho, O. F. (2010) “A imprensa petropolitana na República Velha: revistas”. Extraído de: <<http://profferreira.sites.uol.com.br/histimprensrevistas.htm> > em 02/02/2010. [O artigo aparece no site com a seguinte observação: “Este ensaio continua inédito. Não foi publicado pela imprensa”]

Taulois, A. E. (2007) “História de Petrópolis”. Instituto Histórico de Petrópolis / Universidade Católica de Petrópolis, Petrópolis (Disponível em <<http://www.petropolis.rj.gov.br>> visitado el 16/10/2008)

Documentos y Legislaciones:

Câmara Municipal de Petrópolis (1952) Deliberação nº 322, de 31/03

Câmara Municipal de Petrópolis (1962) Deliberação nº 1.611, de 04/12

Câmara Municipal de Petrópolis (1973) Deliberação nº 3.509, de 20/12

Recibido el 09 de agosto de 2010

Correcciones recibidas el 28 de agosto 2010

Aceptado el 03 de septiembre de 2010

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués