

O TURISMO NO ESTADO NOVO BRASILEIRO E PORTUGUÊS: UMA ANÁLISE DAS REVISTAS *TRAVEL IN BRAZIL* E *PANORAMA*

THE TOURISM IN THE BRAZILIAN AND PORTUGUESE ESTADO NOVO: AN ANALYSIS OF THE MAGAZINES *TRAVEL IN BRAZIL* AND *PANORAMA*

EL TURISMO EN EL ESTADO NOVO BRASILEÑO Y PORTUGUÉS: UN ANÁLISIS DE LAS REVISTAS *TRAVEL IN BRAZIL* Y *PANORAMA*

Evelin Cristine de França Vaccaro¹
Luís Antônio Contatori Romano²

Resumo: O presente artigo busca realizar uma análise comparativa entre os textos “O Instituto Oswaldo Cruz” e “O Vaqueiro”, da revista *Travel in Brazil* (v. 2, n. 2), editada pelo DIP, e os textos “Instituto Superior Técnico” e “Varinas”, da revista *Panorama* (v. 2, n. 8), editada pelo SPN. A metodologia empregada consiste em um estudo de caso feito a partir de pesquisa bibliográfica. Pretendeu-se explorar o contexto do Estado Novo brasileiro e do português; a estética fotojornalística e o caráter turístico das publicações. Foram constatadas influências ideológicas, com alusões ao nacionalismo e à eugenia.

Palavras-chave: Revista *Travel in Brazil*. Revista *Panorama*. Estado Novo. Fotojornalismo. Turismo.

Abstract: This paper seeks to perform a comparative analysis between the texts “The Oswaldo Cruz Institute” and “The Vaqueiro”, from the magazine *Travel in Brazil* (v. 2, n. 2), published by DIP, and the texts “Higher Technical Institute” and “Varinas”, from the magazine *Panorama* (v. 2, n. 8), published by SPN. The methodology employed consists of a case study based on bibliographical research. It was intended to explore the context of the Brazilian and Portuguese Estado Novo; the photojournalistic aesthetics and the tourist character of the publications. Ideological influences were found, with allusions to nationalism and eugenics.

Keywords: *Travel in Brazil* magazine. *Panorama* magazine. Estado Novo. Photojournalism. Tourism.

Resumen: Este trabajo pretende realizar un análisis comparativo entre los textos “El Instituto Oswaldo Cruz” y “El Vaquero”, de la revista *Travel in Brazil* (v. 2, n. 2), publicada por DIP, y los textos “Instituto Superior Técnico” y “Varinas”, de la revista *Panorama* (v. 2, n. 8), publicada por SPN. La metodología empleada consiste en un estudio de casos basado en la investigación bibliográfica. Se pretendía explorar el contexto del Estado Novo brasileño y portugués; la estética fotoperiodística y el carácter turístico de las publicaciones. Se encontraron influencias ideológicas, con alusiones al nacionalismo y a la eugenesia.

Palabras-clave: Revista *Travel in Brazil*. Revista *Panorama*. Estado Novo. Fotoperiodismo. Turismo.

Submetido 18/06/2021

Aceito 16/11/2021

Publicado 18/05/2022

¹ Graduanda em Letras Língua Portuguesa. Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará. Bolsista PIBIC/CNPq. <https://orcid.org/0000-0003-4949-5801>. evelinvaccaro11@gmail.com.

² Doutor em Teoria e História Literária pela Unicamp. Professor Associado na Unifesspa e Pesquisador Produtividade do CNPq. <https://orcid.org/0000-0003-2646-5909>. luisr@unifesspa.edu.br.

Introdução

Este artigo pretende analisar os textos “O Instituto Oswaldo Cruz”³, de Oswaldo Frota Pessoa, e “O Vaqueiro”⁴, de Octavio Domingues, comparando-os aos textos “Instituto Superior Técnico”, de Germana Braz de Oliveira, e “Varinas”, de Carlos Queiroz. Os materiais se encontram, respectivamente, nas revistas *Travel in Brazil* (volume dois, número dois), editada por Cecília Meireles e publicada em 1942 pelo Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), e *Panorama – Revista Portuguesa de Arte e Turismo* (volume dois, número oito), editada por António Ferro e publicada por intermédio do Secretariado de Propaganda Nacional (SPN) em abril de 1942. O foco principal consiste em estabelecer uma comparação, que incide no conteúdo e na materialidade gráfica das revistas.

O exemplar analisado da revista *Travel in Brazil* está disponível, em edição impressa, na Biblioteca do Instituto de Estudos Brasileiros (IEB) da Universidade de São Paulo (USP) e o exemplar da *Panorama: Revista Portuguesa de Arte e Turismo* está disponível, em versão digitalizada, no site da Hemeroteca de Lisboa. A *Panorama* era destinada a divulgar o turismo interno em Portugal entre a classe média urbana portuguesa, enquanto a *Travel in Brazil* era destinada a divulgar o turismo no Brasil para o leitor estadunidense, por isso era totalmente escrita em inglês⁵.

Considerando o cenário em torno das publicações, buscou-se contextualizar as ditaduras que vigoraram durante os anos de 1937 a 1945 no Brasil, e de 1933 a 1974 em Portugal, assim como suas respectivas lideranças: Getúlio Vargas e António de Oliveira Salazar. A partir desse contexto, este artigo pretende ressaltar as interferências políticas presentes na *Travel in Brazil* e na *Panorama*. Quanto aos objetivos, buscou-se identificar o público-alvo, relacionando-o com a Literatura de Turismo, em especial no que se refere aos tipos de turistas. Ademais, na análise dos artigos, pretende-se acentuar as diferenças e semelhanças no uso da linguagem, que varia entre desenhos, fotos, gravuras, pinturas e textos verbais. Também se procura elucidar a importância do fotojornalismo para o contexto da época.

³ Título original: “The Oswaldo Cruz Institute”.

⁴ Título original: “The Vaqueiro”.

⁵ Neste artigo, são citados fragmentos da revista *Travel in Brazil* em português, a partir de traduções feitas por um grupo de bolsistas PIBIC da Unifesspa em projeto coordenado pelo Prof. Luís Romano.

Por se tratar de revistas pouco exploradas no âmbito acadêmico – embora tenham recebido colaboração de autores vinculados ao Modernismo brasileiro e português – e publicadas durante a vigência de duas ditaduras, busca-se trazer, através de um estudo de caso, um debate relevante a respeito de aspectos ideológicos que permeiam ambas produções turísticas (e literárias). Tal estudo se deu por meio de leituras e produções de fichamentos, além de um diálogo constante entre orientador e orientanda, já que se trata de um projeto de Iniciação Científica. Quanto ao referencial teórico, uma pesquisa bibliográfica foi realizada, reunindo uma série de estudiosos de Literatura e Turismo, Literatura de Viagens, fotografia, do Estado Novo brasileiro e do português, tais como Hendrix (2014), Quinteiro e Baleiro (2017), Enzensberger (1985), Cristóvão (2002), Benjamin (1975), Lissovsky (2013), Luca (2011), Lacerda (1994) e Ribeiro (2017).

Contexto histórico

No fim da década de 1930 e no decorrer da década de 1940, o mundo sofria com os efeitos da Segunda Guerra Mundial. Países como o Brasil e Portugal apresentaram a ascensão de determinadas políticas, pautadas em outras ainda maiores em âmbito global. Ou seja, o Estado Novo brasileiro e o português caracterizavam-se por inspirações nos regimes fascista e nazista que vigoravam, na época, na Itália e na Alemanha. António Ferro, diretor do SPN, é um exemplo claro no que tange a esta questão. “Destas ditaduras, era o fascismo italiano que mais atraía Ferro, tendo realizado três entrevistas a Benito Mussolini, por quem nutria grande admiração [...]” (RIBEIRO, 2017, p. 291).

A inspiração nos regimes da Itália e da Alemanha levaram a algumas semelhanças no campo político. O nacionalismo do Estado Novo brasileiro e do português é uma das características que mais aproxima esses regimes e os tornam semelhantes às ditaduras Fascista e Nazista. A ideologia nacionalista norteava a divulgação que se fazia das medidas e das obras estatais no Brasil e em Portugal através das publicações do DIP e do SPN, como as revistas *Travel in Brazil* e *Panorama*. Havia uma comunicação publicitária planejada para divulgar uma imagem positiva dos ditadores e de suas realizações. O DIP e o SPN, respectivamente no Brasil e em Portugal, eram órgãos que geriam a comunicação publicitária e controlavam a imprensa, o rádio, o cinema, as artes e o turismo. Benjamin (1975, p. 23) possibilita elucidar esse aspecto

ao ilustrar um momento anterior: o surgimento do cinema e do rádio e seus efeitos na arte e na política

Com a evolução dos aparelhos, que permite a um número indefinido de ouvintes escutar o discurso do orador, no próprio momento em que ele fala, e de, pouco depois, difundir a sua imagem a uma quantidade indefinida de espectadores, o essencial se transforma na apresentação do homem político diante do aparelho em si. Essa nova técnica esvazia os parlamentos, assim como esvazia os teatros. O rádio e o cinema não modificam apenas a função do ator profissional, mas – de maneira semelhante – a de qualquer um, como o caso do governante, que se apresente diante do microfone ou da câmara (BENJAMIN, 1975, p. 23).

Pode-se observar nesse trecho, que tais instrumentos representaram uma mudança nos padrões utilizados até então. Alterou-se a maneira de fazer política, pois o alcance se tornou maior, foram criados mecanismos de corte e edição, entre inúmeros recursos favoráveis à construção de imagens positivas dos governantes e de suas realizações, a fim de que se justificasse a manutenção do poder por eles. A propaganda do Estado Novo brasileiro por exemplo, não se desvirtuou dessa configuração, pois segundo Lacerda (1994, p. 243)

Ela passa a ser vista como uma questão relacionada à própria defesa nacional, ligada à ideia de manutenção da ordem e unidade da nação, ao mesmo tempo em que capaz de desempenhar uma função educativa e coercitiva junto às massas (LACERDA, 1994, p. 243).

Outro exemplo relevante é a atuação de Gustavo Capanema, ministro da Educação e Saúde do Brasil na época. Ele propôs, ainda nos anos de 1930, uma publicidade de proporções grandiosas para a comemoração do decênio do mandato varguista, em 1940. De acordo com Lacerda (1994, p. 244), o projeto previa

Fotos de inaugurações, de visitas do presidente, muitas fotos do próprio Vargas em passeios, em horas de lazer, ou na rua cumprimentando o povo, com crianças, fotos de gabinete, testemunhando assinaturas de leis ou projetos, fotos de construções de obras públicas, fotos de multidões acotovelando-se nas grandes concentrações organizadas pelo Estado (LACERDA, 1994, p. 244).

Nota-se que o fotojornalismo era um dos fatores da iniciativa publicitária, tendo em vista que a Obra Getuliana, idealizada por Capanema, previa uma composição inovadora de textos e imagens condensados em um livro. No entanto, o projeto nunca saiu do papel. Assim como Capanema, Ferro organizava sua publicidade em Portugal, estruturando sua Política do Espírito e a Campanha do Bom Gosto. Segundo Ribeiro (2017, p. 290):

A sua “Campanha do Bom Gosto”, colocada em marcha a partir de 1940, no seguimento das Comemorações Centenárias⁶ então realizadas, constituiu uma iniciativa cultural cujo propósito assumido era o de criar uma consciência estética entre os portugueses, instituindo um modelo estético que criasse uma fachada para a Nação, de um país civilizado, simultaneamente moderno e tradicional (RIBEIRO, 2017, p. 290).

Enquanto Vargas utilizava a urbanização e a industrialização como propagandas de seu regime, a Campanha do Bom Gosto, organizada por Ferro, encarregava-se de ressignificar a cultura popular, de origem rural, considerada valorosa, por reunir as histórias que formavam a identidade portuguesa (RIBEIRO, 2017). Identidade essa que deveria atender às expectativas estabelecidas por Ferro, responsável por instituir os padrões conservadores de beleza a serem seguidos. “Esta concepção de ‘Belo’ traduzia um programa político, de orientação musculada da arte e dos comportamentos, de inculcação de valores. O director do Secretariado era o juiz, o árbitro do cumprimento desse programa político, estético, ético” (RIBEIRO, 2017, p. 294).

A proposta brasileira difundia ainda um tipo de disfarce para as mazelas do país. Por exemplo, Erich Hess, fotógrafo alemão refugiado no Brasil, realizou serviços para o DIP e para o Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN), órgãos criados durante o Estado Novo. Sobre serviços prestados para registrar as realizações de Vargas pelo Brasil, ele relata em entrevista que se deveria mostrar: “Tudo, menos a miséria! Quando nós fomos mandados, nós fomos mandados para ver as coisas bonitas que ele fez... Eu não recebi uma indicação de 'faz só o que é bonito', mas estava claro que a gente escolhia o aspecto” (LACERDA, 1994, p. 249). Na mesma tentativa de ocultar os problemas, o projeto português

⁶ As Comemorações Centenárias tratam de duas datas: o 8º Centenário da Nacionalidade Portuguesa (que tem como base o ano de 1140, considerado o ano da fundação do reino de Portugal) e o 3º Centenário da Restauração da Independência (restauração essa ocorrida em 1640, quando Portugal se liberta do domínio espanhol que vigorava desde 1580, após a morte do rei Dom Sebastião e a consolidação da União Ibérica) (RIBEIRO, 2017).

buscava demonstrar com maior intensidade os padrões tradicionais, pautados principalmente na política conservadora com a qual Ferro se identificava. Ribeiro (2017, p. 296) declara que:

Tratou-se, pois, de uma campanha esteticamente dogmática e politicamente orientada, no sentido da manipulação ideológica e do conformismo social. Neste sentido, o bom gosto, conceito cuja condição é, sobretudo, histórica, política, claramente subjectiva, torna-se sinónimo, mediante a campanha empreendida por Ferro, de combate aos estrangeirismos e à “desnacionalização”, de “reaportuguesamento”, de nacionalização do gosto (RIBEIRO, 2017, p. 296).

É válido ressaltar que os órgãos responsáveis por institucionalizar tais atividades eram o Departamento de Imprensa e Propaganda no Brasil, e o Secretariado de Propaganda Nacional, em Portugal. Acerca do DIP, um acordo datado de 24 de junho de 1940 foi estabelecido entre o Brasil e os Estados Unidos, a fim de consolidar uma troca de materiais entre as bibliotecas dos dois países. No entanto, Luca (2011, p. 277) comprova “[...] que a remessa de livros e revistas para instituições de ensino norte-americanas era uma prática anterior ao acordo de 1940, levada a efeito tanto pelo DIP quanto por seu antecessor imediato, o Departamento Nacional de Propaganda (DNP)”. A *Travel in Brazil* ilustra esse fato ao ser escrita em inglês, voltando-se para os falantes dessa língua. A revista *Panorama*, ainda que destinada ao turismo interno promovido para as classes médias urbanas, era uma produção turística altamente elaborada e um instrumento artístico de propagação de princípios políticos.

Fotojornalismo

Cecília Meireles (editora da *Travel in Brazil*) e António Ferro (editor da *Panorama*) apresentaram em suas revistas um ponto em comum: a articulação entre texto e fotografia. Esse resultado é fruto de um novo olhar presente nas lentes das câmeras. No Brasil, essa técnica chegou por intermédio de fotógrafos europeus. Com a Segunda Grande Guerra, inúmeras pessoas viam em outras regiões a chance de sobrevivência, mediante a ascensão de ditaduras – principalmente a nazista –, em suas terras natais. Alguns dos refugiados que chegaram ao Brasil vindos da Europa Central, traziam suas câmeras portáteis e viram na fotografia uma oportunidade de trabalho. Lisovsky (2013, p. 42) escreve que

Em quantidade muito maior, os fotógrafos oriundos da Europa Central raramente exerciam essa profissão em seus países de origem. Banidos da terra natal, falando línguas que poucos compreendiam, seu único patrimônio era o olhar que formaram na ‘nova escola fotográfica’ (LISSOVSKY, 2013, p. 42).

Atribui-se à revista *O Cruzeiro*, que contratou os serviços de alguns desses fotógrafos europeus, o marco inicial do fotojornalismo no Brasil, a partir de 1944, desconsiderando que esses fotógrafos também trabalharam para o governo Vargas e seus trabalhos ilustraram publicações como a revista *Travel in Brazil*, nos primeiros anos da década de 1940. O aperfeiçoamento a longo prazo foi, na realidade, incentivado pela circulação de revistas ilustradas e de máquinas fotográficas portáteis como a Leica (LISSOVSKY, 2013). A partir de uma minuciosa análise dos registros fotográficos dessa fase é possível notar uma mudança de perspectiva, especialmente no ângulo, como será exemplificado com os artigos ilustrados publicados na *Travel in Brazil*.

A modernidade dos fotógrafos originou-se nos movimentos que ganhavam força na Europa. “Os ecos das vanguardas fotográficas européias, que eclodem nos anos 1920, não são ouvidos no Brasil” (LISSOVSKY, 2013, p. 32), até a chegada dos refugiados da Europa Central a partir do final da década de 1930. Lacerda (1994, p. 253) menciona um exemplo gerado na Alemanha

No bojo do movimento da “Nova Objetividade”, uma forma específica de fotografar se pretende “nova”, de um lado, por defender o reconhecimento do caráter objetivo desse meio, e de outro, por propor ultrapassar esse caráter de mero registro ao evidenciar justamente a utilização dos mais novos recursos técnicos (cortes, ângulos inusitados, luz etc.) na construção da imagem (LACERDA, 1994, p. 253).

Fotógrafos provenientes da França também contribuíram com esse avanço do fotojornalismo brasileiro. Lissovsky (2013, p. 42) afirma, entre outros motivos, que a afinidade dos imigrantes com a cultura latina facilitou a inserção no novo cenário

Os fotógrafos franceses que se estabeleceram no Brasil nos anos da guerra – cujos expoentes são Jean Manzon, Marcel Gautherot e Pierre Verger – já chegaram profissionalizados, com experiência prévia em campos como o fotojornalismo e a fotografia etnográfica. Sua condição de “aliados” na guerra, sua latinidade e “simpatia”, e a penetração da cultura francesa nas elites

brasileiras, certamente contribuíram para uma inserção profissional mais qualificada pouco tempo após sua chegada (LISSOVSKY, 2013, p. 42).

Acerca do surgimento da fotografia, Benjamin (1975) discute como a reprodução técnica reduziu a aura das obras, constituída a partir da tradição em que a obra se inseriu, na distância em relação ao espectador e no culto que o apreciador destina ao objeto. Por exemplo, a apresentação do Instituto Oswaldo Cruz e do vaqueiro na *Travel in Brazil*, assim como do Instituto Superior Técnico e da varina na *Panorama*, traz ao leitor a possibilidade de observar detalhes de cenários e figuras humanas que somente poderiam ser apreciados durante uma viagem para os respectivos países. A aura, portanto, foi substituída pela exibição em massa das imagens. Contudo, Benjamin (1975, p. 13) também afirma que

De um lado, a reprodução técnica está mais independente do original. No caso da fotografia, é capaz de ressaltar aspectos do original que escapam ao olho e são apenas passíveis de serem apreendidos por uma objetiva que se desloque livremente a fim de obter diversos ângulos de visão; graças a métodos como a ampliação ou a desaceleração, pode-se atingir a realidades ignoradas pela visão natural. Ao mesmo tempo, a técnica pode levar a reprodução de situações, onde o próprio original jamais seria encontrado. Sob a forma de fotografia ou de disco permite sobretudo a maior aproximação da obra ao espectador ou ao ouvinte (BENJAMIN, 1975, p. 13).

A câmera possibilitou formatos que, até então, eram desconhecidos pelo público. Os fotógrafos mostraram-se capazes de engajar e manter o observador de maneira muito similar aos artistas “não técnicos”. Em um período mais recente em relação ao traçado por Benjamin, surgiram as revistas ilustradas, apresentando um novo modelo de arte. No Brasil, desenvolveu-se a revista *O Cruzeiro*, que assim como as publicações da época apresentava “[...] uma estratégia midiática que, simultaneamente, ressalta a fotografia como prática moderna, enaltece o veículo que faz dela sua estrela, transforma seus repórteres fotográficos em heróis e, finalmente, forma e educa seu público” (LISSOVSKY, 2013, p. 32). A foto não era mais vista apenas como um meio de reprodutibilidade. Ela passa a ter alvos e objetivos específicos a serem alcançados.

Literatura de Viagens e de Turismo

As revistas *Travel in Brazil* e *Panorama* não se configuram somente pelo caráter ideológico e pelas inovações fotojornalísticas, mas também pela Literatura de Turismo. A revista brasileira almeja uma divulgação internacional do país, enquanto a revista portuguesa é destinada ao turismo interno. Para concretizar tais objetivos, são utilizadas diversas ilustrações, como desenhos e pinturas, que confirmam o teor artístico da obra. Os textos literários também se fazem presentes, pois a equipe de ambas as produções é formada por autores literários, tais como os próprios editores, Cecília Meireles e António Ferro, além das colaborações, como a realizada na *Panorama* pelo poeta Carlos Queiroz, ou na *Travel in Brazil* por José Lins do Rego. Dito isso, é fundamental esclarecer alguns conceitos provenientes da Literatura de Viagens e do turismo, a fim de aprimorar o estudo das revistas.

A Literatura de Viagens, enquanto objeto de estudo, ganhou relevância acadêmica apenas a partir da segunda metade do século XX. O crítico português Cristóvão (2002, p. 35) propõe uma definição para a Literatura de Viagens e sua delimitação temporal:

Por Literatura de Viagens entendemos o subgênero literário que se mantém vivo do século XV ao final do século XIX, cujos textos, de caráter compósito, entrecruzam Literatura com História e Antropologia, indo buscar à viagem real ou imaginária (por mar, terra e ar), temas, motivos e formas. E não só à viagem enquanto deslocamento, percurso mais ou menos longo, também ao que, por ocasião da viagem pareceu digno de registro [...] (CRISTÓVÃO, 2002, p. 35).

Enquanto a literatura de viagens, enquanto subgênero literário, é composto por relatos de viajantes, o turismo literário parte da obra, que pode ou não ser proveniente da literatura de viagens, para motivar o leitor a visitar lugares como turista, referidos pela obra ou relativos à vida de seu autor. Hendrix (2014) aprimora o conceito através de três motivações inerentes aos textos: os que despertam o desejo de visita ao cenário principal da história ou até a residência do gênio criativo, os que modificam um simples espaço em um *point* para fãs de determinados livros, e os que criticam todo esse alvoroço provocado por uma obra. Todas discutem a capacidade de “[...] transferência da imaginação de um público - que é, por definição virtual - para a materialidade de uma casa, um parque, uma paisagem ou um itinerário [...]” (HENDRIX,

p. 7, tradução nossa). Entre as divisões supracitadas, é possível classificar as revistas *Travel in Brazil* e *Panorama* no que Hendrix (2014, p. 4-5, tradução nossa) denomina como:

[...] textos que ofereçam uma representação literária do espaço que acrescenta uma atração turística ao seu valor. Tais textos, obviamente, sempre existiram, se levarmos em conta que eles não tenham sido explicitamente concebidos para obter esse efeito. Mas eles são interessantes para nós na medida em que foram realmente utilizados, a fim de valorizar os locais que representam. (HENDRIX, 2014, p. 4-5, tradução nossa).

Quinteiro e Baleiro (2017) estabelecem uma tipologia para o turismo literário: o turista, o viajante, o peregrino e o *flâneur*. A meta do viajante literário consiste em uma gradual imersão em seu destino. Viaja carregado de informações prévias e busca nos locais visitados encontrar referências sobre o autor e/ou as obras lidas a que se afeiçoou. O turista, diferentemente do viajante, compromete-se com a atividade apenas nos limites que a diversão e o lazer permitem. Movido pelas emoções causadas pela narrativa, nasce ainda o peregrino literário, com sua total entrega aos momentos de conexão com a obra e/ou com o autor, aos quais pode dedicar uma devoção quase “religiosa”. Já o *flâneur* é uma figura peculiar, pois mesmo que esteja inserido no contexto turístico, seu olhar possui um potencial reflexivo que o distingue dos demais.

Há ainda a classificação do turismo cultural e do turismo patrimonial, com a valorização voltada respectivamente para a cultura e os espaços geográficos, onde se situam monumentos arquitetônicos históricos e artísticos (QUINTEIRO; BALEIRO, 2017). Mediante a leitura da *Travel in Brazil*, mais especificamente do artigo “O Vaqueiro”, de Octavio Domingues, o leitor pode “viver” a experiência proposta através da imaginação ou pode ser motivado a empreender uma viagem pelo nordeste brasileiro, onde essa figura se faz presente. O turismo cultural também é encontrado na *Panorama*, em “Varinas”, de Carlos Queiroz, que traz à tona os dias em que avistou as tradicionais vendedoras de peixe de Portugal. Oswaldo Frota Pessoa traduz o tipo patrimonial e científico em “O Instituto Oswaldo Cruz”, assim como Germana Braz de Oliveira no “Instituto Superior Técnico”.

Cristóvão (2002) limita as múltiplas intenções de um viajante em cinco categorias: viagens por motivações religiosas, comerciais, expansionistas, culturais e imaginárias. É possível estabelecer um diálogo entre a tipologia de viajantes de Cristóvão e as revistas *Travel in Brazil* e *Panorama*. Por exemplo, no oitavo número da *Panorama*, o caráter cultural está em

evidência em artigos como “Os grandes valores turísticos nacionais”, de Augusto Cunha. O teor imaginário, que mistura ficção e realidade, é visível nas “Fábulas e parábolas do turismo”, de Augusto Pinto. E assim como na revista editada por Ferro, o segundo número da *Travel in Brazil* explora aspectos da cultura nacional tanto em “Bahia”, de José Lins do Rego, como em “Verão na praia de Copacabana”, de Cecília Meireles. O texto “Penha”, de Florência, possível pseudônimo de Meireles, também entra nessa sequência, ao apresentar o catolicismo brasileiro e estimular o leitor a conhecer uma peregrinação religiosa ligada à festividade de Nossa Senhora da Penha, no Rio de Janeiro.

Síntese e análise comparativa de “O Instituto Oswaldo Cruz”, “O Vaqueiro”, “Instituto Superior Técnico” e “Varinas”

Discutidos os elementos relacionados com as publicações de Cecília Meireles e António Ferro, estudados a partir de uma pesquisa bibliográfica, as semelhanças e as diferenças entre as revistas podem ser identificadas. Para tanto, um estudo de caso foi realizado, a fim de exemplificar cada característica comparativamente. Dessa forma, encontra-se a seguir uma síntese e análise acerca do conteúdo e da materialidade gráfica dos objetos de estudo deste artigo: dois textos do periódico brasileiro, sendo eles “O Instituto Oswaldo Cruz”, de Oswaldo Frota Pessoa e “O Vaqueiro”, de Octavio Domingues, e ainda dois textos portugueses: “Instituto Superior Técnico”, de Germana Braz de Oliveira, e “Varinas”, de Carlos Queiroz.

Localizada no site da atual Fiocruz⁷, uma entrevista feita por Bernardo Esteves, Ildeu de Castro Moreira, Luisa Massarani, e posteriormente por Bernardo Esteves e Carla Almeida, revela que Pessoa possuía cerca de 70 anos dedicados ao ensino e 700 artigos publicados, sendo o Instituto Oswaldo Cruz um dos locais em que desenvolveu seus estudos. Na *Travel in Brazil*, Pessoa apresenta aspectos da modernidade brasileira, ligados ao Instituto, através do reconhecimento internacional de seus cientistas por meio de premiações como as alemãs “Schaudinn Prize” e “Kummel Prize”, alcançados pela descoberta da Tripanossomíase americana, conhecida como doença de Chagas. Pessoa ressalta também a parceria para a criação da vacina contra a febre amarela, que “[...] foi descoberta pelos cientistas do Instituto, em

⁷ Disponível em: <http://www.fiocruz.br/brasiliana/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=93&sid=31>. Acesso em: 14 mar. 2021.

colaboração com a Fundação Rockefeller” (TRAVEL IN BRAZIL, 1942, p. 17)⁸, fatos que revelam, além do nacionalismo, certos aspectos do cosmopolitismo do Estado Novo brasileiro, evidenciados também no projeto arquitetônico do edifício: “Substituindo o antigo prédio inadequado, um magnífico palácio foi construído em estilo mourisco [...]” (TRAVEL IN BRAZIL, 1942, p. 14)⁹. Para o leitor estrangeiro da revista, tal estilo remeterá ao Palácio de Montsouris, na França, ao Palácio *la Allambra*, na Espanha, e a Sinagoga de Berlim, na Alemanha¹⁰, revelando um Brasil conforme os modelos europeus exaltados por Vargas.

Nas fotos que ilustram o artigo, é possível ver Oswaldo Cruz utilizando o microscópio em seu laboratório. As lentes são de Joaquim Pinto, fotógrafo que chegou a residir em uma pequena casa próxima à biblioteca do Instituto (SANTOS; WANDERLEY, 2017). Embora Pessoa afirme que “O Instituto tem atraído muitos cientistas estrangeiros” (TRAVEL IN BRAZIL, 1942, p. 17)¹¹, a presença majoritária de pesquisadores brancos nas imagens reforça a influência da eugenia, presente nas políticas do DIP e no caráter de embranquecimento que o Estado Novo pretendia para a imagem do Brasil.

No mesmo eixo temático, a *Panorama* exhibe o Instituto Superior Técnico. Oliveira afirma que

O Estado Português, numa alta e clara visão de que o progresso e o futuro dependem, em grande parte, das modernas realizações industriais e de engenharia, resolveu dar sede condigna a essa escola superior, que contava honrosos pergaminhos científicos, mas cujas instalações se haviam tornado deficientes (PANORAMA, 1942, p. 1).

A autora destaca o edifício da Associação Escolar dos Estudantes, que passou a comportar ala médica, ginásio, piscina, refeitório e salão de jogos. Entretanto, sabe-se que tais empreendimentos podem estar relacionados com a Campanha do Bom Gosto, pois há uma tentativa de consolidação da nova estética portuguesa.

Ademais, a postura espartana assumida por Salazar em seu governo pode ser identificada na reforma do Instituto, que dispôs de uma disciplina orçamentária rígida e de

⁸ “[...] was discovered by the scientists of the Institute, in collaboration with the Rockefeller Foundation.”

⁹ “Replacing the old unsuitable building, a magnificent palace was built in the Moorish style [...]”.

¹⁰ Informações obtidas no tour virtual pelo Instituto Oswaldo Cruz. Disponível em: <https://portal.fiocruz.br/sites/portal.fiocruz.br/files/360/tourcastelo/index.htm>. Acesso em: 12 maio 2021.

¹¹ “The Institute has attracted many foreign Scientists.”

cunho nacionalista na aquisição dos materiais: “Dentro da verba orçamentada e com a constante preocupação de se aproveitar o mais possível materiais portugueses [...]” (PANORAMA, 1942, p. 3). Como revela Oliveira, os materiais portugueses encontram-se nos átrios e pilares de calcário e mármore da organização. Ambos são oriundos das brechas do Algarve e da Estremadura, motivos de orgulho para o povo português, segundo a ideologia de Ferro, editor da revista. Embora a autoria das imagens do artigo não seja revelada, imagina-se que foram obtidas através de departamentos do governo, o que esclarece o foco nas realizações da ditadura do Estado Novo português e a ausência de pessoas, tornando desconexo trechos como “[...] vemos, no laboratório de Química Geral e Inorgânica, mais de quarenta alunos de uma turma em trabalhos práticos” (PANORAMA, 1942, p. 2).

Em 1942, ano de publicação do número aqui analisado da *Travel in Brazil*, Domingues viajou para o nordeste brasileiro, a fim de estudar o gado leiteiro (PEIXOTO, 1972). Coincidência ou não, o leitor de “O Vaqueiro” é levado a conhecer essa figura regional. Em mais um apelo ao cosmopolitismo, o vaqueiro é comparado ao *cowboy* norte-americano, já que “[...] ambos são empregados na criação extensiva de gado” (TRAVEL IN BRAZIL, 1942, p. 18)¹², e ao personagem Dom Quixote, em virtude da aparência e do espírito ousado. Além disso, em mais uma referência ao embranquecimento do povo brasileiro, questão presente durante o governo Vargas, Domingues afirma que o vaqueiro é um dos “[...] descendentes dos colonos brancos primitivos - portugueses e holandeses -, com um pouco de mistura aqui e ali de alguns indígenas, e em um menor grau de sangue negro” (TRAVEL IN BRAZIL, 1942, p. 18-19)¹³, contrariando o registro fotográfico de Erich Hess: um vaqueiro do interior da Bahia que pouco se assemelha com os europeus.

Domingues também declara que em uma “[...] região isolada, em um clima quente e áspero, sujeita à calamidade de secas periódicas irregulares, esta classe de pessoas se desenvolveu [...]” (TRAVEL IN BRAZIL, 1942, p. 18)¹⁴. Em outras palavras, embora as três imagens registradas, duas pelo próprio escritor e uma pelo Departamento de Agricultura do Brasil, retratem um ambiente hostil que ameaça a sobrevivência dos moradores, a apresentação

¹² “[...] both are employed in cattle-raising on the range.”

¹³ “[...] descendents of the primitive white settlers, - Portuguese and Hollanders, with a little mixture here and there of some Indian, and in a lesser degree of Negro blood.”

¹⁴ “[...] isolated region, in a hot and rough climate, subject to the calamity of irregular periodic droughts, this class of people developed [...]”.

do sertanejo como um mero elemento da cultura popular busca mascarar tais aspectos, assim como ocorria nas políticas do DIP. A romantização se estende à possibilidade de ascensão social, pois segundo Domingues, “[...] não é raro que um outrora vaqueiro torne-se um pequeno pecuarista, depois de alguns anos de trabalho rentável” (TRAVEL IN BRAZIL, 1942, p. 20)¹⁵, fato que na realidade, é impensável para muitos.

Na *Panorama*, a figura escolhida para representar Portugal são as varinas, descritas por Carlos Queiroz. O escritor, que também participou da edição de 1941 da *Panorama* e em outras publicações do SPN, conta que “Só não ficaria perturbado pela esbelteza, a graça, a elegância e a naturalidade dessa adolescente, quem fôsse de todo destituído de sensibilidade e de gosto estético” (PANORAMA, 1942, p. 18). Nota-se que Queiroz exalta as tradicionais vendedoras de peixe a partir da estética prevista na Campanha do Bom Gosto. O nacionalismo, portanto, tornava-se uma consequência do embelezamento das varinas, afinal “O certo é que Lisboa, sem elas, não seria Lisboa” (PANORAMA, 1942, p. 18). A eugenia também está presente no texto de Queiroz, pois ao citar o artigo de João Pinto de Carvalho para a *Lisboa de Outrora*, o autor discute como a miscigenação gerou o desaparecimento das varinas, que “Tinham ainda elegância, naturalidade - raça!” (PANORAMA, 1942, p. 21).

São muitas as artes que interagem com o texto. Uma criança no colo de uma varina é retratada na gravura de Milly Possoz, duas varinas dançam em sincronia no desenho de Almada Negreiros, e uma pintura a óleo, de Jorge Barradas, exibe uma varina séria. Contudo, Horácio Novaes, fotógrafo que acumulou prêmios e referências pelo seu trabalho, ocupando um espaço significativo na *Panorama*, assim como seu irmão Mário Novaes (CENTRO PORTUGUÊS DE FOTOGRAFIA, 2021), registra uma varina semelhante a *Mona Lisa*, de Leonardo da Vinci. A pintura utiliza da técnica de *sfumato*, enquanto a foto traz um jogo de luz e sombra, iluminando partes do rosto da jovem. A legenda confirma a presença das políticas estéticas e nacionalistas de Ferro na revista: “Um gracioso e expressivo tipo de beleza do nosso povo. Rapariga de Aveiro” (PANORAMA, 1942, p. 19).

¹⁵ “[...] is not rarely that the erstwhile cowboy becomes a small cattleman, after a few years of profitable work.”

Considerações finais

Mediante a análise de quatro textos das revistas *Travel in Brazil* e *Panorama*, este artigo procurou comparar e ressaltar as semelhanças e diferenças existentes entre as publicações supracitadas, bem como a interferência de fatores históricos ocorridos no Brasil e em Portugal, entre as décadas de 1930 e 1940. Fatores que, como visto anteriormente, abrangem as medidas das ditaduras estadonovistas de Getúlio Vargas e António Salazar, as inovações fotojornalísticas da época e a Literatura de Turismo, tendo em vista a proposta das obras. A análise buscou revelar a presença de traços ideológicos nas revistas, que salientam imagens positivas dos governos, além de elementos relacionados ao nacionalismo e à eugenia em ambos os países. Embora poucas alusões diretas sejam feitas, o conjunto das revistas editadas por Cecília Meireles e António Ferro corroboram para uma visão próspera dos dois países.

A abordagem realizada acerca do fotojornalismo busca aprofundar as análises ao descrever as mudanças de ângulos nas fotos, que como descrito anteriormente, podem ter propósitos específicos. Por sua vez, a discussão sobre a Literatura de Turismo ampara os intuítos das revistas, já que Meireles e Ferro divulgam, e de certa forma comercializam as suas culturas, para, respectivamente, o público internacional e nacional. Ademais, as breves biografias dos autores e fotógrafos visam elucidar um pouco sobre as circunstâncias em que as revistas foram lançadas, além de sugerir relações políticas que tenham interferido nos textos, ainda que de modo sutil.

Referências

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução. In: LUPARIE, Zeljko; ARANTES, Otilia B. Fiori (org.). **Textos escolhidos**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. (Coleção Os Pensadores).

CENTRO PORTUGUÊS DE FOTOGRAFIA. **Horácio Novais e Herdeiros**. 2011. Disponível em: <https://digitarq.cpf.arquivos.pt/details?id=39176>. Acesso em: 06 mar. 2021.

CRISTÓVÃO, Fernando. Para uma teoria da Literatura de Viagens. In: **Condicionantes culturais da Literatura de Viagens: estudos e bibliografias**. Coimbra: Almedina, 2002.

ENZENSBERGER, Hans Magnus. Uma teoria do turismo. In: **Com raiva e paciência: ensaios sobre literatura, política e colonialismo**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985.

FIOCRUZ. **Oswaldo Frota-Pessoa**. Disponível em:

<http://www.fiocruz.br/brasiliana/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=93&sid=31>. Acesso em: 14 mar. 2021.

FIOCRUZ. **Passeio Virtual – Castelo Fiocruz**. 2019. Disponível em:

<https://portal.fiocruz.br/sites/portal.fiocruz.br/files/360/tourcastelo/index.htm>. Acesso em: 12 maio 2021.

HENDRIX, Harald. Literatura e turismo: Explorações, reflexões e desafios. In: QUINTERO, Sílvia; BALEIRO, Rita (org.). **LIT&TOUR: ensaios sobre literatura e turismo**. Famacão: Húmus, 2014.

INFOPÉDIA. **Carlos Queirós**. Disponível em: [https://www.infopedia.pt/\\$carlos-queiros](https://www.infopedia.pt/$carlos-queiros). Acesso em: 14 mar. 2021.

LACERDA, Aline Lopes de. A “Obra Getuliana” ou como as imagens comemoram o regime. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 14, 1994.

LISSOVSKY, Maurício. Brasil, refúgio do olhar: Trajetória de um fotógrafo exilado no Rio de Janeiro dos anos 1940. **Revista Brasileira de História da Mídia**, Piauí, v. 2, n. 2, jul./dez. 2013.

LUCA, Tania Regina de. A produção do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) em acervos norte-americanos: estudo de caso. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 31, n. 61, 2011.

PANORAMA. Lisboa: Secretariado de Propaganda Nacional, v. 2, n. 8, abr. 1942. Mensal.

PEIXOTO, Aristeu Mendes. Homenagem ao professor Octavio Domingues. **Revista de Agricultura**, [S.l.], v. 47, n. 1, abr. 1972.

QUINTEIRO, Sílvia; BALEIRO, Rita. **Estudos em literatura e turismo: conceitos fundamentais**. Lisboa: Universidade de Lisboa, 2017.

RIBEIRO, Carla. A educação estética da Nação e a “Campanha do Bom Gosto” de António Ferro (1940-1949). **Estudos Ibero-Americanos**, Porto Alegre, v. 43, n. 2, 5 jun. 2017.
<http://dx.doi.org/10.15448/1980-864x.2017.2.24663>.

SANTOS, Ricardo Augusto dos; WANDERLEY, Andrea C. T. **O fotógrafo Joaquim Pinto da Silva, o J. Pinto (1884-1951) e a Fundação Oswaldo Cruz**. 2017. Disponível em:
<http://brasilianafotografica.bn.br/?p=10616>. Acesso em: 04 mar. 2021.

TRAVEL IN BRAZIL. Rio de Janeiro: The Press and Propagand Dept, v. 2, n. 2, 1942.