

A empresa de viagens Transoceânica e a grande imprensa em tempos de Primeira República

Vera Lúcia Bogéa Borges¹

Resumo:

Nos últimos anos, diferentes trabalhos têm refletido sobre as interseções entre turismo e história. Nesse sentido, o processo turístico é analisado a partir de vários de seus elementos constituintes, isto é, a motivação pelo deslocamento, os preparativos, os destinos turísticos escolhidos, o desenrolar da viagem e as experiências vivenciadas. Assim, escolhemos destacar e estudar a atuação da empresa de viagens Transoceânica, amplamente noticiada nas principais publicações da grande imprensa carioca. A Transoceânica apresentava-se como uma empresa de viagens e excursões de recreio individual ou coletivo. Os principais destinos turísticos oferecidos eram capitais latinas, como Buenos Aires e Montevideú, assim como grandes capitais brasileiras, isto é, Porto Alegre, São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte. Desse modo, com este estudo pretendemos produzir reflexões que contribuam para a compreensão do turismo no Brasil em tempos de Primeira República.

Palavras-chave: Turismo. História. Transoceânica. Imprensa.

Nos últimos anos, vários estudos referentes ao turismo vêm sendo publicados e a bibliografia acadêmica referente a esse campo do conhecimento tem recebido importantes contribuições.² Em relação ao Brasil, ao pensarmos a atividade turística, o século XX é considerado como importantíssimo por apresentar as primeiras manifestações mais organizadas do setor (Solha, 2002). Alguns autores são bastante incisivos e afirmam que o século XX é a era do turismo (Boiteux e Werner, 2009). Sem necessariamente entrarmos no mérito dessas colocações, ao refletirmos sobre as primeiras décadas do novecentos algumas considerações referentes ao período precisam ser destacadas. Em linhas gerais, o projeto republicano brasileiro nasceu marcado pelo desejo há muito acalentado de ocidentalização do país e de participação no cenário mundial da civilização de matriz europeia. Como afirmou Afonso Carlos Marques dos Santos, ao longo do tempo, a cidade do Rio de Janeiro se transformou no principal cenário de exercício do poder e laboratório de muitas experiências civilizatórias republicanas. Desse modo, é a partir dessa percepção, que procuramos compreender as primeiras iniciativas organizadas do turismo no Brasil. Para tal, selecionamos nos principais periódicos da grande imprensa a maneira como a

¹ Doutora em História (UERJ – 2009). Professora do Departamento de Turismo e Patrimônio da UNIRIO – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro. Email: veraborges@globo.com.

² A relação completa dos autores consultados está nas referências.

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

sociedade, principalmente a carioca, era informada acerca dessa aurora da atividade turística no país em tempos de Primeira República (1889-1930)

Aqui vale uma observação. Inicialmente, consideramos importante explicitar o que compreendemos por turismo. Em linhas gerais, essa atividade é desenvolvida por pessoas que através de viagens e estadias estão em lugares que não sejam habituais e por um período, de acordo com a Organização Mundial do Turismo, superior a vinte e quatro horas e inferior a sessenta dias. Assim, o turismo é uma atividade que envolve deslocamento, isto é, ao atrair e transportar os visitantes tem por finalidade atender suas necessidades e/ou seus desejos. Além disso, para que o processo turístico aconteça em sua plenitude é necessário que o indivíduo disponha de tempo livre e, também, dinheiro. Portanto, como destaca Alexandre Panosso Netto (2005), é fundamental compreender o turismo como uma experiência no momento em que se constrói esse “ser” turista, isto é, como um ser histórico em contínua construção, em contínua formação e que, portanto não é um ser acabado. Dessa forma, o processo turístico é extremamente rico e dinâmico e jamais pode ser compreendido apenas pela viagem, ou seja, o deslocamento propriamente dito. Nesse sentido, a motivação para a viagem, sua preparação, os acertos de detalhes em busca da melhor estadia e os momentos posteriores à viagem também devem ser considerados. Com certeza aqui está uma das ricas aproximações entre turismo e história. Dito de outra maneira, a experiência turística deve ser analisada em conexão com o momento histórico e o turista é um “ser” através do tempo, isto é, da história.

A partir dessas observações, como pensamos o turismo no Brasil, em tempos de Primeira República, com base nas notícias e anúncios que circulavam na grande imprensa carioca? Vamos por partes. Em primeiro lugar, acreditamos ser importante tecer algumas consideramos acerca da grande imprensa e com destaque para os periódicos cariocas. De acordo com Tânia Regina de Luca (2008), apesar de muito utilizada, a expressão grande imprensa é imprecisa e vaga. De forma genérica pode ser compreendida como o conjunto de títulos que, em determinado momento histórico, representa a parcela mais significativa de publicações (jornais e revistas) em termos de circulação, periodicidade e recursos técnicos. Nesse sentido, dois jornais cariocas destacaram-se no período: Correio da Manhã e Gazeta de Notícias. Fundado em junho de 1901 por Edmundo Bittencourt, o Correio da Manhã era um jornal carioca diário e matutino. A flexibilidade parecia ser a marca desse periódico que aplaudiu, por exemplo, a indicação de Pereira Passos para a prefeitura da capital federal e tão logo as dificuldades de sua administração apareceram, rapidamente o Correio da Manhã abraçou causas como a da Revolta da Vacina a qual mereceu por sua parte ampla cobertura jornalística. Por sua vez, o jornal carioca Gazeta de Notícias foi fundado ainda no século XIX e suas bandeiras de luta foram a abolição da escravidão e a Proclamação da República. Sua equipe contou com nomes de expressão da vida pública como Quintino Bocaiúva,

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

Silva Jardim e José do Patrocínio. Rapidamente, a Gazeta de Notícias sintonizou-se com as modernizações que chegavam à imprensa e foi o primeiro jornal brasileiro a instalar uma rotativa.

Em segundo lugar, é importante destacar as notícias relacionadas ao turismo que eram veiculadas tendo como referência outros países, uma vez que, a atividade turística era muito recente no Brasil e o referencial externo era frequentemente valorizado. Dessa forma, selecionamos um exemplo. Em março de 1910, a Sociedade de Propaganda de Portugal comemorou com uma festa seu quarto aniversário de fundação. Na ocasião, os ministros do Brasil e da Itália acompanharam as solenidades juntamente com numerosa assistência. Dentre os oradores destacou-se o Sr. Pedrosa, presidente da Sociedade de Geografia, que disse: “Duas maneiras conhecemos de chamarmos a atenção do mundo: valorizar as nossas fontes de riqueza e fomentar depois com toda a atividade a indústria do “turismo” (G. de N., 1910. p.5). Na mesma solenidade, o Ministro das Obras Públicas, conselheiro Moreira Júnior prosseguiu:

Embora não sejam prósperas as condições do Tesouro, entende que se deve procurar vencer as dificuldades que se opõem ao desenvolvimento da indústria do “turismo”.

Assim, completar a rede ferroviária é uma das principais coisas a ter em vista e que lhe merecerá a maior atenção. Muito depois disso, haverá ainda a fazer, mas para já lembro o desenvolvimento da marinha mercante, sem esquecer a navegação portuguesa para o Brasil. Para completa realização dessa patriótica obra, criei brevemente no ministério um núcleo que o **auxilie na solução de vários problemas urgentes e muito principalmente, no da indústria do “turismo” que se afigura de toda a urgência.**³

Em 1911, a Gazeta de Notícias informou a realização do Congresso de Turismo ocorrido, em fevereiro daquele ano, na cidade de Lisboa. Na ocasião, os convidados do governo português e os oficiais do Exército foram recebidos com grande pompa. Vale lembrar que a Primeira Guerra Mundial, iniciada pouco mais de três anos depois dessa notícia, sacudiu profundamente o continente europeu. Durante o conflito, no Brasil, as notícias referentes ao turismo ganharam novos elementos. Assim, cada vez mais, a divulgação de destinos turísticos na América do Sul para brasileiros começou a ser veiculada. Em 17 de março de 1916, por exemplo, a divulgação de uma excursão de turistas às Repúblicas da região do Prata ganhou destaque na edição:

A bordo do paquete “Tubantia” sairá a 3 de abril próximo um numeroso grupo de “touristes” brasileiros com destino às republicas do Uruguai, Argentina e, provavelmente, até o Chile. Essa excursão é organizada pessoalmente pelo Sr. E. M. Gron, que já tem realizado, com sucesso, diversas viagens internacionais de

³ O grifo é nosso.

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

turismo. Outra excursão será organizada pelo Sr. Gron, das republicas do Prata ao Brasil, visando todas essas iniciativas intensificar a confraternidade sul-americana.

Por sua vez, na semana seguinte, a Gazeta de Notícias destacava a existência de uma publicação específica destinada ao turismo. Essa notícia realçou uma importante companhia que marcou o início do turismo no Brasil, ou seja, a empresa Transoceânica. Acompanhemos:

Recebemos o último número da magnífica revista “El viajero de lujo”, que se edita em Buenos Aires e que se destina a fazer a propaganda do turismo na América do Sul. No presente número, a par de excelentes gravuras de uma impressão e nitidez admiráveis, de bons artigos de divulgação, há quatro páginas inteiramente consagradas ao Brasil, com grandes elogios à nossa capital e ilustradas com vistas do Rio de S. Paulo. “El viajero de lujo”, de que é agente do Rio a Companhia Transoceânica, não goza de nenhuma subvenção oficial e os fins visados por essa revista merecem o apoio de todos que se interessam pelo desenvolvimento das relações dos países sul-americanos.

A Transoceânica apresentava-se como uma empresa de viagens e excursões de recreio individual ou coletivo. Os principais destinos turísticos oferecidos eram capitais latinas, como Buenos Aires e Montevideú, assim como grandes capitais brasileiras, isto é, Porto Alegre, São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte. Além disso, outras cidades litorâneas paulistas, Guarujá e Santos, e cidades mineiras como Poços de Caldas, Caxambu, Lambari e São Lourenço também eram visitadas. Vale lembrar, de acordo com Karina Toledo Solha (2002), que a busca pelas estações de cura, sejam balneárias ou climáticas, acompanhavam uma tendência de culto ao corpo e à saúde que marcou o período da Primeira República no Brasil. Juntamente com as passagens, a Transoceânica oferecia serviços de hotéis, automóveis, teatros, cinemas, transportes de bagagens, diversões e passeios em geral. Especificamente, em relação ao Rio de Janeiro, a Transoceânica oferecia uma caderneta de cupons para estadia de três, sete, quinze ou trinta dias que eram vendidos em todas as estações da *The Leopoldina Company Limited*. No Brasil, a firma era a representante dos principais hotéis do Rio da Prata sendo, também, agente do Savoy Hotel e da Casa Gathy Chaves de Buenos Aires. A Transoceânica era a única empresa brasileira que explorava o comércio do turismo, legalmente organizada e autorizada a funcionar no território da República, que tinha a sua carteira de excursões nos moldes de suas congêneres europeias Cook⁴ e Lubin.

⁴ De acordo com Margarita Barreto (1995), é possível afirmar que no século XIX, após o advento da Revolução Industrial, as primeiras viagens foram organizadas com a intervenção de um agente de viagens e é esse o começo do turismo moderno. Na década de 40, Thomas Cook – um vendedor de bíblias - participou de um encontro contra o alcoolismo. A partir dessa sua experiência, em novo encontro ocorrido pouco tempo depois, Cook teve a idéia de

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

Com base na imprensa podemos perceber como os destinos turísticos brasileiros eram apresentados ao leitor, principalmente, aqueles veiculados pela grande imprensa carioca. Um exemplo pode ser tirado de um extenso anúncio publicado na edição de 2 de março de 1917, na página cinco, do jornal o Correio da Manhã que divulgava a estância balneária de Poços de Caldas. De acordo com a publicação, o local era muito concorrido e animado e, para tanto, os dados das temporadas de março e setembro de 1916 eram mencionados como demonstração da efervescência da estância. A motivação vinha da virtude de suas águas, da amenidade do seu clima, dos painéis admiráveis da natureza, tão pródiga que era difícil encontrar a conjugação de tantos fatores em outro lugar. Ao mesmo tempo, gradativamente, os proprietários dos hotéis ou das empresas que exploravam o turismo na cidade promoviam melhoramentos em busca de mais conforto aos seus hóspedes. Exemplo desse tipo de mudança foi o Grande Hotel que ocupava um edifício moderno, considerado estabelecimento de primeira ordem. Neste anúncio da empresa Transoceânica, até mesmo a superação de dificuldades enfrentadas pelo turismo aparecia para o leitor. Atentemos:

[o Grande Hotel] ressentia-se, entretanto, de uma falta, que foi este ano plenamente sanada: a de ter um bom mestre “cook”. A empresa contratou este ano, para deliciar o fino paladar dos inúmeros “gourmets”, o antigo e reputado cozinheiro chefe do “Eden Casino”, o qual já está no exercício de suas funções, desde o princípio da estação.

Esse breve trecho do anúncio da Transoceânica apresentou palavras em outro idioma, procedimento muito frequente na imprensa em tempos de Primeira República. Todavia, naquele momento, vale destacar as referências do turismo internacional no Brasil. Em Poços de Caldas, o Eden-Cassino estava instalado no Palacete Cobra, na esquina da Rua Rio de Janeiro com a Praça Pedro Sanches (Pontes, 2011). A escolha do nome desse estabelecimento era, certamente, influenciada pelo *Éden Casino* situado à beira da praia, perto de todas as principais cidades da Riviera francesa, oferecendo salão de jogos, salas de recepção, restaurantes e hotel para atender as diferentes expectativas de serviço, conforto e relaxamento de seus visitantes. Além disso, a busca por estâncias minerais era uma prática muito difundida em países europeus como, por exemplo, em Portugal. No norte desse país ibérico, os balneários hidrominerais eram procurados pelos turistas preocupados com os cuidados com a saúde. Comumente, os estabelecimentos portugueses ofereciam instalações para a prática de esportes, ambiente calmo e tratamento para o corpo.

alugar um trem para levar outros colegas e conseguiu reunir, nessa iniciativa, mais de quinhentas pessoas. Assim, configurou-se a primeira viagem agenciada com a compra e revenda de bilhetes. Já em 1846, realizou viagem similar de Londres a Glasgow (Escócia) com oitocentas pessoas e utilizou os serviços de guias turísticos.

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

O artigo da Transoceânica publicado o Correio da Manhã prosseguiu e explicitamente valorizou as ações do prefeito de Poços de Caldas, Francisco Escobar, que:

vai pouco a pouco transformando a “urbs”, dotando-a com melhoramentos de toda a espécie e tornando-a uma cidade digna de tantos hóspedes ilustres que todos os anos costumam por esta bela localidade que apresenta, ao viajante, logo que aqui aporta, um todo alegre, com as suas ruas muito limpas, lindas avenidas arborizadas, entremeadas de frondosos jardins onde, em bem dispostos canteiros, vicejam as mais belas e odorantes flores. A casaria muito branca, entre a qual se observam inúmeros edifícios de bela aparência, destaca-se admiravelmente no fundo verde escuro dos morros que circundam esta risonha cidade. O rio, que atravessa em várias direções a localidade, foi todo canalizado, sendo cortado em muitos lugares por lindas pontes, o que apresenta uma bela perspectiva.

Não nos propomos absolutamente a fazer uma descrição minuciosa dos grandes melhoramentos e aformoseamento por que tem passado, Poços de Caldas, depois que é prefeito o sr. Francisco Escobar, porque infelizmente nos falta tempo e o espaço precioso para este fim; temos somente em vista demonstrar que esta estância balneária vai progredindo rapidamente, tornando-se digna de todos os que a procuram, para aqui passar uma temporada, gozando a amenidade dos seus ares de montanha, tão puros e saudáveis, e que retemperam e revigoram o mais depauperado organismo.

A cidade mineira também era apresentada por seus outros atrativos, isto é, os convescotes (piquenique) realizados ali pelos hóspedes do Grande Hotel, assim como concertos, “soirées” e um ou outro baile de rigor. Além de tudo isto, funcionava o teatro Polytheama, onde, todas as noites, os mais modernos filmes eram apresentados, seguidos de vários números de variedades e das atividades no *Eden-Casino*. Por ocasião do Carnaval, as batalhas de confete e lança-perfumes ocupavam as principais ruas da cidade e os bailes carnavalescos internos eram marcados pela animação dos foliões. Para finalizar, esse gigantesco anúncio adquiriu condição de uma crônica social da estância balneária de Poços de Caldas ao afirmar que todos os dias chegavam telegramas e cartas pedidos de cômodos para o Grande Hotel e o das Termas. Em março de 1917, encontravam-se ali, entre outras pessoas, o Dr. Rivadavia Corrêa⁵ e senhora, Paulo Barreto⁶, Madame Gross Lefèvre e família e Madame Vautelot. Até o dia 10 de março daquele ano eram esperadas de São Paulo as seguintes pessoas: Condessa Álvares Penteadó, o Coronel João Soares do Amaral e família. Por fim, do Rio de Janeiro, tomaram aposentos os seguintes senhores: Dr.

⁵ Político brasileiro que ocupou o Ministério da Justiça e Negócios Interiores (1911-1913), Ministério da Fazenda (1913-1914) e prefeito do Rio de Janeiro (1914-1916).

⁶ João Paulo Cristóvão dos Santos Coelho Barreto (1881-1921) que adotou o pseudônimo de João do Rio, por meio do qual ficou conhecido. Ele foi crítico literário, teatral e das artes, além de cronista político.

X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

Toledo Dodsworth e família, Dr. Tobias Monteiro, Baronesa de Loreto dentre outros. É importante observar que os nomes dos hóspedes demonstravam sua condição social elevada, uma vez que tínhamos políticos tradicionais, pessoas que ainda eram identificadas por seus títulos nobiliárquicos da época do Império no Brasil e, também, visitantes estrangeiros. Nesse sentido, a Transoceânica colocava-se à disposição para fornecer informações, reservar com antecedência as acomodações desejadas, confeccionar orçamentos e garantir a compra de passagens. Todos esses serviços podiam ser obtidos no escritório da empresa situado na Avenida Rio Branco nº 149, no Rio de Janeiro. No anúncio a seguir, em formato mais tradicional, alguns elementos eram valorizados pela propaganda turística da época:



Jornal Correio da Manhã. Domingo, 16 de janeiro de 1916. p.6.

Gradativamente, as notícias relacionadas às atividades da Transoceânica apresentaram um cenário favorável para a atuação da empresa tal é o que se observa nesta Gazeta de Notícias, edição de 4 de maio de 1916 publicada em sua primeira página:

Há certas empresas que, pela sua severidade administrativa e pontualidade intransigente com que se desobrigam de seus compromissos, se impõem decisivamente à confiança e à simpatia daqueles que com elas entrelaçam seus interesses. É o que vai acontecendo com a conhecida companhia nacional de viagens e excursões de recreio – “A Transoceânica” (...) Dos governos de Minas Gerais e do Pará recebeu ainda ultimamente a sua diretoria significativos ofícios em que patrioticamente se prometem auxílio e prestígio a essa útil iniciativa de introdução no Brasil, **do comércio modernista do turismo**.⁷ Além disso, essa empresa tem merecido de poderosos estabelecimentos bancários, tais como: “La Banque Française pour le Brésil”, “El Banco Supervielle & Cia”, de Buenos Aires e do Banco do Ceará, a confiança de sua representação. The Leopoldina Railway C. Limited acaba de prestigiar “A Transoceânica”, concedendo-lhe a vantagem de vender, em sua sede, passagens e leitos para todas as estações dessa linha férrea,

⁷ O grifo é nosso.

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

serviço que foi inaugurado a 1º do corrente. Contrato idêntico sabemos que, em breve, será assinado com a Estrada de Ferro Central do Brasil.

Esse clima favorável contribuiu para a circulação do presidente da Companhia Transoceânica, Alcebíades Delamare Nogueira da Gama, pelos círculos republicanos de poder. De acordo com a edição da Gazeta de Notícias, de 9 de julho de 1916, na página dois, foi noticiada a realização de uma audiência previamente marcada por Nogueira da Gama com o então presidente da República, Wenceslau Braz. Alguns meses depois, o ministro da Fazenda indeferiu o requerimento em que a Sociedade Anônima Transoceânica propunha arrendamento da parte comercial do Diário Oficial. Posteriormente, as aproximações entre a Transoceânica e a grande imprensa carioca se efetivaram. A relação entre um importante jornal da imprensa carioca, O Imparcial⁸, e a empresa Transoceânica foi noticiada pelo Correio da Manhã na edição de 21 de junho de 1916 em sua terceira página:

As empresas jornalísticas que compreendem as condições do jornal moderno ligam especial atenção à matéria da publicidade, a fim de conciliar os interesses das empresas editoras com os do comércio. Na Europa, a parte comercial é geralmente destacada da administração do jornal e confiada a firmas especiais, que se organizam, com todas as garantias de idoneidade, para exploração desse serviço. Nesta capital uma empresa reputada, a Transoceânica propôs-se, pelo seu presidente dr. Alcebíades Delamare Nogueira da Gama, a introduzir no nosso país esse sistema, entrando para este fim em acordo com o Imparcial.

A Transoceânica, mediante contrato firmado nesta data, terá de hoje em diante, a exclusividade no Brasil e no exterior, da parte comercial desta empresa. [o Imparcial]

Acreditamos que deste modo, ao mesmo tempo em que, promovemos o desenvolvimento desse serviço, atenderemos melhor aos interesses do comércio ao qual, juntamente com o público, devemos à nossa felizmente lisonjeira situação.

O dr. Nogueira da Gama é um moço de absoluta idoneidade, gozando de sólido crédito nas praças do país, e dotado de competência provada nesse ramo de atividade, pelo que esperam.

Ainda no Correio da Manhã, dois meses depois, na edição de 5 de agosto de 1916 em sua página 5 em matéria com o título de *Utilidade Pública* encontramos:

⁸ Em 1912, foi criado por José Eduardo de Macedo Soares contando com grupo de importantes jornalistas e funcionou até o ano de 1929.

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

Ao Congresso Nacional, segundo fomos informados, em fonte autorizada, vai o líder da bancada paulista, sr. Álvaro de Carvalho, apresentar um projeto de lei considerando de utilidade pública a empresa de viagens A Transoceânica.

O sr. Presidente da República e o sr. ministro da Agricultura já tinham declarado ao presidente de A Transoceânica julgar merecedora de simpatias essa pretensão da conhecida empresa, principalmente porque não acarretará nenhum ônus ao Tesouro.

O projeto do digno líder paulista vai encontrar uma atmosfera de simpatias no Congresso, porque é indubitável que a reputada empresa vem prestando relevantes e notáveis serviços ao Brasil, introduzindo entre nós, com sucesso, **uma indústria nova e cheia de futuro, qual será a do forasteiro, também denominada turismo**⁹.

O pensamento, pois, do representante paulista será francamente apoiado por todos os deputados que **reconheçam a importância do turismo num país novo, como o nosso, de cujas belezas e de cujo futuro precisamos fazer intensa propaganda no estrangeiro**,¹⁰ a fim de encaminharmos para aqui o capital, o braço, a atividade e as simpatias do resto do mundo.

A vitória de A Transoceânica é grata a todos que encararem o seu programa pelo prisma patriótico que ele encerra, ao lado de seus fins comerciais.

Todavia, nesse período, críticas acerca da atuação da Transoceânica também passaram a circular por jornais como, por exemplo, pelo Correio da Manhã. Para tanto, façamos uma breve explicação da polêmica que envolveu a empresa. Através do *Club Americano*, cujo plano foi aprovado em dezembro de 1916 e se desdobrava em quatro séries (Brasil, Argentina, Uruguai e Chile), a Transoceânica aceitava inscrições para o jogo do bicho, ou seja, no grupo da dezena, centena e milhar, pagando diferentes prêmios. Assim, sorteios diários eram realizados pela loteria federal. Cada série subdivide-se em cinco seções, correspondentes respectivamente aos cinco primeiros prêmios da Loteria Federal. As inscrições sorteadas eram liquidadas diariamente após o sorteio das quatro e das seis horas da tarde. Qualquer pessoa podia fazer sua inscrição em uma ou em todas as seções de uma ou de todas as séries. Além disso, existia a restituição mensal aos prestamistas não sorteados de todas as séries de quota no valor de até 30% do valor de suas contribuições. Diariamente, as inscrições começavam às oito horas da manhã e encerram-se às duas horas da tarde.

Em relação a essa prática do sorteio, destacamos duas críticas publicadas no Correio da Manhã. A primeira, em 16 de março de 1917, na coluna *Pingos e Respingos*, que de maneira

⁹ O grifo é nosso.

¹⁰ O grifo é nosso.

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

irônica sempre apresentava sucintamente algum aspecto que marcara o noticiário da semana, podemos ler:

Não tem razão a imprensa nessa campanha contra a “Companhia Transoceânica”, que está bancando o bicho, com o mais completo desplante. Afinal, o bicho é um negócio como outro qualquer...

É, mas nesse caso a companhia devia mudar de nome e anunciar-se claramente: A Transaçonica.

No segundo semestre desse mesmo ano, na edição de 28 de outubro de 1917, ainda no Correio da Manhã, encontramos a seguinte notícia a partir da representação de um alto funcionário do Tesouro ao ministro da Fazenda:

Ouvimos ontem, no Tesouro Nacional, que o atual procurador geral da Fazenda Pública, dr. Raul Bonjean, tomando em consideração os protestos que pela imprensa tem sido feitos contra a Empresa Transoceânica, que é acusada de desvirtuar os fins para que lhe foi concedido pelo Tesouro, em 1913, carta patente para explorar clubes de viagem mediante sorteio, representou sobre o assunto ao ministro da Fazenda.

Ao longo do texto, demonstramos o destaque que a empresa Transoceânica teve e sua atuação no turismo no Brasil nesse primeiro quartel do século XX. As notícias selecionadas demonstram duas perspectivas. Na primeira, o Brasil é apresentado como um país novo quando comparado com nações europeias tradicionais. O futuro, a possibilidade, o que está por vir pareciam apontar para um cenário de crescimento e esperança. Portanto o turismo representava a potencialidade de novos negócios do período. Nesse sentido, e para a Primeira República, Nicolau Sevcenko (1998) afirma que a idéia das novas elites era promover a industrialização e a modernização do país a todo o custo. Este era o resultado do desejo e das ações para colocar o Brasil no patamar do que se considerava um país desenvolvido. Nesse contexto é que se verificou tanto o primeiro impulso para o desenvolvimento do turismo, tal como entendido na atualidade, como das primeiras estruturas organizadas para receber esses “novos viajantes”. Dessa forma, cada vez mais, o lazer ao redor dos centros urbanos e no litoral consolidou-se. Já a segunda perspectiva, apresentou a consciência que, apesar da beleza natural do Brasil, a propaganda para atrair mais turistas encontrava desafiante obstáculo, isto é, o país tinha que superar seus problemas como, por exemplo, a urgência em oferecer serviço de restaurante mais organizado para atender as demandas turísticas. Aqui vale uma observação. Em determinada notícia, os turistas foram também identificados como forasteiros, essa inusitada expressão talvez demonstre como, pela percepção brasileira, aqueles indivíduos eram estranhos à terra e a delicada situação em estabelecer relações com as pessoas que eram de fora do Brasil. Assim, nesse caso específico, tratamos do turista estrangeiro que além de ter seus desejos e anseios atendidos no Brasil ainda

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

tinham seus valores e padrões observados, idealizados e, muitas vezes, copiados pelos brasileiros. Portanto, no alvorecer do século XX, através do turismo descortinava-se uma janela para as percepções das tendências do mundo considerado então atual.

A motivação desse estudo teve como ponto de partida a identificação da importância que a empresa Transoceânica representou para o turismo no período da Primeira República no Brasil. Conforme a pesquisa se desenvolveu foi possível perceber os elementos valorizados pela companhia para incrementar os negócios turísticos no país. Todo o referencial apresentado nos anúncios era voltado para o exterior tanto relacionado à América quanto à Europa. Dessa forma, os hotéis tinham que demonstrar possuir padrões próximos aos internacionais, assim como os restaurantes e os estabelecimentos de diversão (teatros, cinemas, cafés e dentre outros). As opções de viagem, por exemplo as estâncias balneárias, seguiam uma tendência da época de preocupação com a saúde e as atividades associadas ao corpo como os esportes. Rapidamente essa orientação que vinda de fora parecia ser assimilada pela elite brasileira. Observamos que o público alvo dos anúncios precisava de recursos e condições para usufruir de momentos de lazer. Independente dessa constatação é relevante destacar que, nas primeiras décadas do século XX, o movimento sindical procurou se estruturar e a noção de lazer cresceu em tempo e em importância, uma vez que os trabalhadores passaram a reivindicar reduções na jornada de trabalho. Essa importante conquista não impediu a cristalização da percepção do lazer como sinônimo de simples passatempo. Todavia, o lazer é mais do que isso, ou seja, deve ser compreendido como algo fundamental nas relações familiares estabelecidas, nas práticas religiosas e, até mesmo, nas relações de trabalho. Entretanto, as atividades da Transoceânica não se destinavam ao trabalhador brasileiro. Aqui vale uma consideração. De acordo com Joffre Dumazedier, apesar de o lazer ser uma grande obsessão, no entanto, permanece mal conhecido e suas dimensões estão escondidas na representação dominante, estereotipada e mítica de suas relações com a atividade do trabalho e outros compromissos sociais. Portanto, é fundamental compreender que o lazer não se reduz ao tempo liberado pelo progresso econômico e, até mesmo, pela reivindicação social. O lazer é também criação histórica e resultado das mudanças, dos controles institucionais e das exigências individuais.

No universo do lazer, o turismo é uma atividade que se destaca. Nesse sentido, a atividade turística pode ser compreendida como uma manifestação lúdica no mundo contemporâneo. Ao trazemos essa percepção para a atuação da empresa Transoceânica percebemos que além dos elementos clássicos do turismo – destinos turísticos, hotéis, restaurantes, divertimentos em gerais – o noticiário acerca do seu desempenho apresenta elementos constituintes da Primeira República, isto é, a importância da sintonia entre negócios e governantes da época, a disseminação da prática do jogo pela sociedade, a aproximação entre investimentos e a grande

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

imprensa. Os periódicos aqui representados pelo Correio da Manhã e pela Gazeta de Notícias serviram de palco para o debate de questões pertinentes ao período. As transformações econômicas e sociais que demonstravam a modernização do país, naqueles anos, repercutiram nas páginas das duas publicações mencionadas. Daí a nossa escolha em trabalhar de forma privilegiada dois jornais da grande imprensa carioca. Nesse sentido, a escolha pelo estudo de um aspecto da temática turística destaca a reflexão de John Urry (2001) que considera que o turismo merece atenção tanto pelas suas características quanto pelo fato de ser considerado elemento central de diversas mudanças culturais na sociedade contemporânea.

Referências

Assunção, P. de. (2012). *História do turismo no Brasil entre os séculos XVI e XX: viagens, espaço e cultura*. Barueri: Manole.

Barreto, M. (1995). *Manual de iniciação ao estudo do turismo*. São Paulo: Papyrus.

Boiteux, B. do C., Werner, M. (2009). *Introdução ao Estudo do Turismo*. Rio de Janeiro: Elieser.

Camargo, H. L. (2002). *Patrimônio Histórico Cultural*. São Paulo: Aleph.

Castro, C. *Cecília Meireles: o turismo e a viagem*. (2011, julho). Anais do Simpósio Nacional de História. ANPUH. São Paulo, SP, Brasil, 26.

_____. Narrativas e imagens do turismo no Rio de Janeiro. (1999). In: G. Velho (Org.). *Antropologia urbana: cultura e sociedade no Brasil e em Portugal*. pp.80-87. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

Castrogiovanni, A. C., Gastal, S. (Org.), Barreto Filho, A., Pereira, B. C. M., Beni, M. C., Krause, C. A., Oliveira, D. A. N. de, Wainberg, Jacques A., Lemos, Leandro A., Azambuja, M. S., Moesch, M. M. (1999). *Turismo urbano: cidades, sites de excitação turística*. Porto Alegre: Edição dos Autores.

Correio da Manhã. Rio de Janeiro. Edições de: 21 de junho de 1916. p.3, 5 de agosto de 1916. 16 de março de 1917. p.5, 28 de outubro de 1917. p.2. <http://hemerotecadigital.bn.br/>. Acessado em 10 de abril de 2013.

Dumazedier, J. (1999). *Sociologia Empírica do Lazer*. São Paulo: Perspectiva, SESC.

Ermakoff, G. (2003). *Rio de Janeiro 1900-1930: uma crônica fotográfica*. Rio de Janeiro: G. Ermakoff.

Freire-Medeiros, B. (2005). *O Rio de Janeiro que Hollywood inventou*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar.

Gastal, S. de A. (2006). *Alegorias urbanas: o passado como subterfúgio*. Campinas: Papyrus, 2006.

_____. *Turismo, imagens e imaginários*. (2005). São Paulo: Aleph.

Gazeta de Notícias. Rio de Janeiro. Edições de: 21 de março de 1910. p.5, 17 de março de 1916. p.6., 24 de março de 1916. p.4, 4 de maio de 1916. p.1. <http://hemerotecadigital.bn.br/>. Acessado em 22 de abril de 2013.

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

Graburn, N., Barreto, M., Steil, C.A., Grunewald, R de A., Santos, R. J dos. (2009). *Turismo e Antropologia: novas abordagens*. Campinas, Papirus.

Krippendorf, J. (2009). *Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. São Paulo: Aleph.

Lage, B. H. G.. (Org.), Yázigi, E., Ferreira, L. F., Shiratori, K. S., Tineu, R., Leite, E., Martin, V., Mattos, B. L de. (2004). *Turismo, hotelaria e lazer*. v.3. São Paulo: Atlas.

Luca, T. R. (2008). A grande imprensa na primeira metade do século XX. In: Martins, A. L., Luca, T. R. de. *História da Imprensa no Brasil*. p.149. São Paulo: Contexto.

Panosso Netto, A. (2005). *Filosofia do Turismo: Teoria e Epistemologia*. São Paulo: Aleph.

Pontes, H. (2011). *História dos cassinos em Poços de Caldas*. <http://www.jor-cidade.com.br>. Acessado em 24 de abril de 2013.

Santana, A. (2009). *Antropologia do Turismo: analogias, encontros e relações*. São Paulo: Aleph.

Santos, A.C. M. dos. (2001). Prefácio. In: C. Kessel. *A vitrine e o espelho: o Rio de Janeiro de Carlos Sampaio*. pp.9-11. Rio de Janeiro: Secretarias das Culturas.

Schluter, R. G. (2003). *Metodologia da Pesquisa em Turismo e Hotelaria*. São Paulo: Aleph.

Sevencko, N. (1998). A capital irradiante: técnica, ritmo e ritos do Rio. In: Fernando Novais (Dir.). *História da Vida Privada no Brasil*. v.3. p.513-619. São Paulo: Companhia das Letras.

Sodré, N. W. (1999). *História da Imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad.

Solha, K. T. (2002). Evolução do Turismo no Brasil. In: REJOWSKI, Mirian (Org.). *Turismo no percurso do tempo*. p.123-162. São Paulo: Aleph.

Trigo, L. G. G. (2003). *Entretenimento*. São Paulo: SENAC.

Urry, J. (2001). *O Olhar do Turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. São Paulo: Studio Nobel; SESC.