



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO
UNIRIO - CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
Programa de Pós-Graduação em História



LARA JOGAIB NUNES

**O PROCESSO DE TURISTIFICAÇÃO DO
CARNAVAL DO RIO DE JANEIRO PELAS
PÁGINAS DA GAZETA DE NOTÍCIAS
(1922-1932)**

2021

Lara Jogaib Nunes

O PROCESSO DE TURISTIFICAÇÃO DO CARNAVAL DO RIO DE JANEIRO PELAS
PÁGINAS DA GAZETA DE NOTÍCIAS (1922- 1932)

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do título de Doutor em História

Linha de pesquisa: Patrimônio, Ensino de História e Historiografia

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Leila Bianchi Aguiar

Rio de Janeiro

2021

Lara Jogaib Nunes

O PROCESSO DE TURISTIFICAÇÃO DO CARNAVAL DO RIO DE JANEIRO PELAS
PÁGINAS DA GAZETA DE NOTÍCIAS (1922- 1932)

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do título de Doutor em História.

BANCA EXAMINADORA:

Prof^a. Dr^a. Leila Bianchi Aguiar (orientadora)
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro - UNIRIO

Prof^a. Dr^a. Andrea Barbosa Marzano (examinadora interna)
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – UNIRIO

Prof^a. Dr^a. Vera Lúcia Bogéa Borges (examinadora interina)
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – UNIRIO

Prof^a. Dr^a. Amanda Danelli Costa (examinadora externa)
Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ

Prof^a. Dr^a. Isabella Vicente Perrotta (examinadora externa)
Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM

Prof^a. Dr^a. Anitta Correia de Lima Almeida – (suplente)
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – UNIRIO

Ao meu pai, minha força e minha maior saudade

AGRADECIMENTOS

Esta foi a última parte que escrevi desse trabalho. Desde o momento em que comecei a desenvolvê-lo, eu tinha consciência da dificuldade que encontraria. O caminho percorrido durante o doutorado foi tortuoso. Dores e saudade marcaram o desenvolvimento desta tese e, por vezes, quase me fizeram desistir de dar este passo em busca do meu aprimoramento profissional. As minhas escolhas, nos anos iniciais do processo, quando, pessoalmente, paralisei, cobraram seu preço no prazo, mesmo estendido, de entrega da pesquisa que, agora, finalizo.

Início, então, meus agradecimentos àquele a quem dedico este trabalho e quem me faz mais falta, meu pai. No começo do segundo ano de doutorado, começamos a batalha contra um câncer que o levou dois anos depois. Eu, fisicamente longe dele, sofri junto durante todo esse tempo. Acompanhei o que pude e estive ao seu lado nos momentos finais, quando me fez prometer que terminaria minha pesquisa. E foi a força dessa promessa que me fez conseguir apresentar as próximas páginas, apesar da exaustão em que agora me encontro. Agradeço a ele por ser o melhor pai do mundo e ter me proporcionado, com a minha mãe, a educação que me fez chegar até aqui. Levo ele comigo em cada ensinamento e nas tantas lembranças de uma vida cheia de amor, felicidade, respeito, onde o significado de família foi vivido em sua completa intensidade.

À minha mãe, qualquer coisa que eu escreva será insuficiente. Nós somos tão parecidas que, muitas vezes, não é preciso falar nada. Mas, deixo registrado o meu sentimento mais profundo de gratidão por absolutamente tudo. Você é meu exemplo de mulher, de esposa, de mãe, de profissional, de irmã. Depois de tanto tempo, ainda me impressiono com a sua capacidade de olhar para as pessoas e sempre tentar ver o melhor delas – isso mostra a generosidade do seu coração. Obrigada pela criação e formação que você e meu pai me deram, eu não podia ter melhores pais.

Agradecer à Paula é outra tarefa árdua que se impõe. Somos irmãs no sentido mais genuíno que essa palavra permite. Compartilhamos corações em corpos diferentes, mas cada dor dela, dói em mim também. E cada alegria é sentida como se fosse minha. Obrigada por ser “A” irmã mais velha que zela pela minha sanidade física, mental e emocional. E, também, por fazer tudo e mais um pouco que estava ao seu alcance para me ajudar a concluir essa etapa da minha trajetória profissional.

Agradeço ao Alexandre, que, do seu jeito singular, esteve ao meu lado nesse processo que se apresentou mais complicado do que parecia inicialmente. Somos tão diferentes, mas obrigada por sempre tentar entender minhas necessidades e minhas ausências. Por ter me concedido espaço físico – em meio a uma pandemia, quando nossa casa se tornou o único ambiente onde podemos estar – para que eu tivesse a concentração para escrever. E por feito o que pôde, dentro das suas possibilidades, para tornar o caminho mais leve e minha vida menos exaustiva.

Um agradecimento mais do que especial às minhas tias, Margarida e Ângela. Elas, que sempre foram parte importante em minha vida, mostraram-se essenciais na reta final deste trabalho. Obrigada pela leitura atenta de cada linha, por cada vírgula inserida e cada pronome trocado de lugar. Em uma família de professores zelosos pela língua portuguesa, ninguém melhor do que elas para que eu confiasse a revisão final. Sem vocês, minhas madrugadas de trabalho, desses últimos dias, seriam ainda mais longas.

Aproveito para agradecer à minha tia Regina, carinhosamente chamada de Dia, que com seu amor pelo estudo da história, marcou a minha infância e adolescência, mesmo quando eu, ainda, não compartilhava desse sentimento pela disciplina. Espero conseguir, ao longo da minha vida, conservar a sua paixão pelos assuntos históricos, como você.

Devo, ainda, fazer um agradecimento especial aos meus primos Tati, Gustavo, Guilherme, Nathália e Raul. Perto ou longe, estamos sempre juntos. A presença de vocês e dos seus filhos é essencial na minha vida.

Fazer um agradecimento aos amigos que, de uma forma ou de outra, ajudaram-me nesse processo, é um risco a se correr. Tenho amigos que estão em minha vida há tanto tempo, que não me imagino sem eles. E fiz alguns tantos outros nesses meus anos em São Paulo, igualmente importantes, que não posso ser injusta ao tentar elencar nomes aqui e acabar pecando por uma mera distração ou esquecimento. Deixo, então, meu agradecimento a todos que não tenho como citar nominalmente.

Elas me emprestam, cotidianamente, os seus ouvidos e seus corações. Vivenciaram estes (e tantos outros) anos comigo. Juliana, Marina e Vivian, obrigada por me ajudarem a dividir o peso e multiplicar as risadas.

Um agradecimento carinhoso à Nathalia, que, mesmo lá do norte do continente, participou (e participa) da minha vida e desta pesquisa.

Luiza, minha amiga desde os dois anos de idade, quando a gente nem tinha ideia do que era uma amizade. Passamos por tanta coisa juntas que vivenciamos, no mesmo período, a perda

de pessoas que amamos. A dor não passa, eu sei. Obrigada por estar na minha vida e por nossa amizade, que ajuda a trazer cor de volta à vida.

Agradeço à Jaqueline e seu amor pela vida contagiante. É muito bom ter você – e seu sorriso – em minha vida.

Se as pessoas citadas acima têm uma importância crucial na minha vida, minha trajetória acadêmica não seria a mesma sem a competência e incentivo da minha orientadora. Leila está presente na minha vida desde a graduação em história. Obrigada por toda a dedicação e paciência, inclusive, para orientação à distância. Sua atenção individualizada a cada orientando é exemplo de profissionalismo. Obrigada, ainda, por me direcionar durante todos esses anos de mestrado e doutorado.

Meu agradecimento às professoras Isabella Perrotta e Vera Borges, que compuseram a banca da minha qualificação, dando contribuições valiosas para o aperfeiçoamento desta pesquisa. Reitero meu agradecimento a elas e às professoras Amanda Danelli e Andrea Marzano por aceitarem participar da minha banca de defesa. Agradeço, ainda, ao Programa de Pós-Graduação em História da UNIRIO, aos professores e funcionários que possibilitaram o desenvolvimento desta pesquisa e minha formação em uma Universidade de excelência.

Devo, ainda, agradecer à minha coordenadora-amiga, Cristina Pasini. Ela é a chefe que todo mundo quer ter. Ela acolhe, compreende, além de ser muito competente. Obrigada por ser tão parceira. Tenha certeza de que eu não teria conseguido sem você. Acrescento, aqui, um agradecimento especial à Luília e à Isabele, professoras amigas do colégio Monteiro Lobato, que sempre se preocuparam constantemente com o desenrolar dessa pesquisa. O carinho de vocês acalentou meu coração e fez muita diferença.

Agradeço, ainda, a todos os professores que fizeram parte da minha trajetória. Eu, que nunca havia pensado em dar aula, hoje me vejo realizada em compartilhar conhecimento e participar da formação dos meus alunos. Cada um deles deixou uma marca em minha vida e ajudou a formar a profissional, que sou hoje. O mundo seria outro se as pessoas soubessem valorizar seus professores... não tenho dúvidas.

Enfim, o processo de desenvolvimento desta tese não foi fácil. Por mais que seja um trabalho individual, se não fosse o apoio de tanta gente ao longo do caminho, não tenho certeza de que conseguiria. Àqueles que não citei, devo colocar a culpa no cansaço que me consome agora, mas, de qualquer forma, deixo aqui o meu muito obrigada.

“O Carnaval é uma causa e uma explicação, um problema e um acontecimento, a maior das sensações da vida carioca”

Gazeta de Notícias, 23 de fevereiro de 1925

NUNES, Lara Jogaib. *O processo de turistificação do carnaval do Rio de Janeiro através das páginas da Gazeta de Notícias*. 2021. 227f. Tese. (Doutorado em História). Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – Programa de Pós-Graduação em História.

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo demonstrar como o carnaval ajudou na transformação do Rio de Janeiro em uma cidade turística, antes mesmo do turismo ser uma atividade organizada formalmente no país. Observamos esse processo entre os anos de 1922 e 1932, período no qual percebemos as primeiras ações mais efetivas voltadas para a atração de visitantes estrangeiros para o Brasil. Para tal, utilizamos como fonte principal o jornal *Gazeta de Notícias*, por sua relação de proximidade com os festejos carnavalescos, além de outros periódicos como *Jornal do Brasil*, *O Paiz* e *Correio da Manhã*. Estes traziam, em suas páginas, informações sobre embarcações que chegavam com visitantes do exterior motivados em conhecer a festa que faz parte da identidade cultural da cidade e que, na década de 1920, já estava consolidada no país. Além disso, analisamos a imprensa a partir da influência que ela exercia na sociedade à época, percebendo esses jornais como apoiadores da modernização do Rio de Janeiro e, consequentemente, favoráveis ao estabelecimento de um modelo de carnaval que se adequasse a essa lógica.

Palavras-chave: carnaval, turismo, Rio de Janeiro, Gazeta de Notícias.

NUNES, Lara Jogaib. *How Carnival in Rio de Janeiro became a turista attraction according to Gazeta de Notícias*. 2021. 227f. Tese. (Doutorado em História). Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – Programa de Pós-Graduação em História.

ABSTRACT

The purpose of this work is to demonstrate how carnival collaborated to transform Rio de Janeiro into a tourist city, even before tourism was a formally organized activity in the country. We observed this process between the years 1922 and 1932, a period in which we noticed the first most effective actions aimed at attracting foreign visitors to Brazil. To this end, we used the *Gazeta de Notícias* newspaper as the main source, due to its close relationship with carnival celebrations, as well as other newspapers such as *Jornal do Brasil*, *O Paiz e Correio da Manhã*, which were used to bring information about the boats that arrived with foreign visitors. These visitors were motivated to get to know the party that is part of the city's cultural identity and that, in the 1920s, was already consolidated in the country. In addition, we analyzed the press's influence on society at the time, by noticing that these newspapers were supporters of the modernization of Rio de Janeiro and, consequently, favoring the establishment of a new suitable carnival model.

Keywords: carnival, tourism, Rio de Janeiro, *Gazeta de Notícias*

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Charge publicada na revista <i>Fon-Fon</i>	69
Figura 2 - Planta da Exposição de 1922	76
Figura 3 – Sugestão de modelo de vestido para mulheres na coluna “Binóculo”	153
Figura 4 – Fantasia para o carnaval sugerida pela coluna “Binóculo”	153
Figura 5 – Coluna “O carnaval que chega...” – 03 jan.1923	156
Figura 6 – Coluna “O carnaval que chega...” – 13 jan. 1923	156
Figura 7 – Coluna “O carnaval que chega...” – 08 fev. 1923	157
Figura 8 – Coluna “O carnaval que chega...” – 25 jan. 1925	157
Figura 9 – Aviso publicado ao final da coluna “O carnaval que chega...”	158
Figura 10 – Coluna “Momo vem aí!...” – 10 jan. 1929	160
Figura 11 – Coluna “Momo vem aí!...” – 16 fev. 1930	160
Figura 12 – Coluna “Pelos Clubs” – 30 mar. 1923	161
Figura 13 – Coluna “Pelos Clubs” – 29 jul. 1926	162
Figura 14 – Regulamento do concurso dos vencedores do carnaval de 1924 da <i>Gazeta</i>	167
Figura 15 - Propaganda do <i>Parc Royal</i> de produtos para o carnaval de 1923.....	171
Figura 16 – Propaganda do evento no Hotel Glória.....	172
Figuras 17 e 18 – Propagandas de artigos carnavalescos das lojas A Fortuna e Casa Colombo.....	173
Figuras 19 e 20 – Propagandas da tintura para tecidos Germânia e de Camarotes para o carnaval de 1927	174
Figura 21 – Propaganda do Lança-Perfume Royal para o carnaval	175
Figura 22 – Anúncio da cerveja Supimpa para o carnaval	176
Figura 23 – Página com anúncios do jornal <i>Gazeta de Notícias</i> , uma semana antes do carnaval de 1923	177
Figura 24 - Página com anúncios da <i>Gazeta de Notícias</i> no sábado de carnaval de 1923	178
Figura 25 – Propaganda de anúncios na <i>Gazeta de Notícias</i>	180
Figura 26 – Propaganda de evento no Cassino do Copacabana Palace	187
Figura 27 – Foto do Restaurante Joá na <i>Gazeta de Notícias</i>	192

SUMÁRIO

Introdução	13
1 O carnaval brasileiro no decorrer do tempo	17
1.1 As primeiras práticas carnavalescas no Brasil	18
1.2 As diferentes manifestações do carnaval	24
1.3 Territorialidades e disputas sociais no carnaval carioca	37
1.3.1 A Praça Onze	43
1.3.2 A Rua do Ouvidor e a Avenida Central	46
1.3.3 Os espaços carnavalescos e construção da modernidade	49
2 Turismo e carnaval no Rio de Janeiro	58
2.1 As primeiras ações no Rio de Janeiro voltadas aos visitantes	60
2.2 Turismo e Rio de Janeiro: as primeiras aproximações	62
2.2.1 Sobre o conceito de turismo	63
2.2.2 A incipiente prática turística no Rio de Janeiro	65
2.3 A importância da Exposição do Centenário da Independência para o turismo brasileiro..	70
2.3.1 A Sociedade Brasileira de Turismo	96
2.4 O uso do carnaval para o turismo	101
3 Carnaval, turismo e imprensa	107
3.1 O carnaval e a imprensa carioca nos seus primeiros anos	110
3.2 Carnaval e turismo na grande imprensa carioca: <i>Jornal do Brasil, O Paiz e Correio da Manhã</i>	121
3.3 O papel dos cronistas carnavalescos na festa de Momo no Rio de Janeiro	136
4 Gazeta de Notícias e o Rio de Janeiro: análises sobre carnaval e turismo	149
4.1 O Carnaval na <i>Gazeta</i> - os espaços dedicados à festa	154
4.2 Os concursos carnavalescos promovidos pela <i>Gazeta</i>	165
4.3 As propagandas ligadas ao carnaval na <i>Gazeta</i>	169
4.4 <i>Gazeta de Notícias</i> , carnaval e turismo	181
Considerações Finais	205
Fontes consultadas	210
Referências bibliográficas	218

Introdução

É clichê no Brasil dizermos que o ano só começa depois do carnaval, dada à importância cultural e econômica que essa celebração tem no país. Especificamente, no Rio de Janeiro, inúmeros eventos ocorrem desde o segundo semestre do ano anterior, como a escolha dos sambas enredos nas agremiações carnavalescas, e são intensificados até a data em que, finalmente, iniciam-se os dias oficiais em homenagem a Momo. Ao lado da população carioca, foliões de outros estados do país e estrangeiros, que escolhem esse período para conhecer a cidade e curtir a sua principal festa, divertem-se nos blocos ao som de diferentes ritmos musicais e, na Marquês de Sapucaí, desfilando ou assistindo às escolas de samba.

A relevância do carnaval para o turismo pôde ser constatada, por exemplo, pela quantidade de visitantes que o Rio de Janeiro recebeu em março de 2019, quando se celebrou a folia momística daquele ano. Informações do Anuário Estatístico de Turismo revelaram a presença de 145.360 estrangeiros, um número superior ao dos outros meses de maior fluxo: janeiro (141.271), fevereiro (144.874) e dezembro (132.140)¹. Além disso, segundo pesquisa da Riotur², no período carnavalesco de 2020, a cidade recebeu 2,1 milhões de turistas, o que representa um crescimento de 31,2% em relação a 2019, sendo 23% estrangeiros vindos, em sua maioria da Argentina, Chile, Estados Unidos e Itália. A festa movimentou em torno de R\$4 bilhões, o que corresponde a 8% a mais do que no ano anterior.

A apresentação desses dados comprova que o carnaval, que já é uma marca cultural da cidade, famoso internacionalmente, é um forte componente da economia nacional e impulsionador do turismo. Tanto que, no ano de 2021, em decorrência da pandemia global do coronavírus, sentiram-se os impactos, que foram além da suspensão de uma simples festa. A Confederação Nacional de Comércio (CNC) estima que o Rio de Janeiro deixou de arrecadar em torno de R\$2,6 bilhões pela não realização do carnaval no mês de fevereiro e inúmeros empregos não foram gerados³. A prefeitura da cidade, inicialmente, optou pelo adiamento do

¹ Anuário Estatístico de Turismo 2020 - Volume 47 - Ano Base 2019. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-53-05.html> Acesso: fev./2021.

Observamos, nos outros anuários produzidos pelo Ministério do Turismo, os dados referentes à chegada de turistas ao Rio de Janeiro no mês em que é celebrado o carnaval. Comprovamos, assim que, quase sempre, é o período de maior fluxo estrangeiros. Em alguns anos, o mês de dezembro apresentou um volume maior de visitantes em decorrência do ano novo, outra festa consagrada na cidade. Para conferir: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-53-05.html> Acesso: fev./2021.

² Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/carnaval/2020/noticia/2020/03/02/rio-registrou-aumento-de-31percent-no-numero-de-turistas-durante-o-carnaval.ghtml>. Acesso: fev./2021.

³ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/fevereiro-sem-carnaval-deixa-um-buraco-de-55-bilhoes-nas-economias-de-rio-sao-paulo-24880499> Acesso: fev./2021.

evento para o mês de julho. Contudo, Eduardo Paes, que assumiu a gestão municipal em janeiro de 2021, descartou essa possibilidade pela prevalência do grave quadro da pandemia no país.

O cancelamento da festa é algo inédito para os cariocas⁴. Mas, a proposta de adiamento não é novidade. Em duas ocasiões, tivemos tentativas de mudança na data do carnaval. Em 1892, a Intendência Municipal transferiu a festa para junho, argumentando que o clima era mais ameno e, por isso, as condições higiênicas eram melhores. Novamente, em 1912, o caso se repetiu, mas por outras razões. O barão de Rio Branco⁵ havia morrido no sábado, 10 de fevereiro, uma semana antes do começo das celebrações. Em sinal de luto pelo seu falecimento, iniciou-se um debate na imprensa e entre a população sobre o adiamento para abril. Em ambos os casos, a festa foi realizada nos dois momentos, ou seja, na data oficial e posteriormente.

Os dois carnavais apresentados aqui estão fora do recorte temporal da nossa pesquisa, que abrange os anos de 1922 até 1932. Entretanto, evidenciam a relação do Rio de Janeiro com o evento, que foi se estreitando ao longo do tempo. No início dos anos de 1920, quando o turismo começava a ser tratado no Brasil como um setor capaz de trazer benefícios econômicos, a folia momesca estava consolidada na cidade e já despertava o interesse de estrangeiros, ainda que em quantidades pequenas, com intenção de conhecê-la, como veremos nesta tese.

O principal motivador para o turismo, nesse período, era a busca de estações de cura, e o Rio de Janeiro encaixava-se na tendência balneária com seu litoral propício aos banhos de mar. A crença nas propriedades restauradoras de saúde dessa prática era defendida desde o século XIX e encorajada pelo desenvolvimento do “turismo de paisagem” (URRY, 2001, p. 39). Não obstante, a escolha dos locais para efetuação do tratamento medicinal conjugava-se com outra tendência dos anos 1920, o cassinismo (SOLHA, 2002, p. 130-131), que também podia ser aproveitado na capital carioca, principalmente depois da inauguração do cassino do Copacabana Palace, em 1924.

A cidade ainda não recebia quantidades muito expressivas de turistas motivados em fazer tratamentos nas praias cariocas ou em conhecer o seu carnaval. Mas, observando o quadro geral, entendemos que tais fatores podem ter contribuído com o aumento gradativo do fluxo de visitantes para o Rio de Janeiro no decorrer da década de 1920. Soma-se a isso o contínuo processo de modernização, iniciado em 1904, que adequava a sua aparência estética aos padrões ditados pela capital francesa.

⁴ Em nossas pesquisas para realização deste trabalho, não encontramos qualquer informação sobre cancelamento do carnaval no Rio de Janeiro ao longo da história.

⁵ O Barão do Rio Branco era um nome de destaque no Brasil em decorrência da sua atuação nas questões envolvendo as fronteiras territoriais brasileiras, desde o período imperial, e por sua assertiva política externa.

Entendemos que esse processo teve seu ápice em 1922, quando a cidade sediou a Exposição Internacional em comemoração ao Centenário da Independência. Esse evento foi a oportunidade para mostrarmos ao mundo como o país havia se modernizado, o seu nível de desenvolvimento e de progresso. O Rio de Janeiro foi preparado para a Exposição para que a própria aparência física da cidade-capital confirmasse tudo isso. Foram dados estímulos para a edificação de hotéis com luxo e conforto para receber os viajantes estrangeiros. Ao mesmo tempo, nesse período, o carnaval havia se firmado como parte da identidade cultural da cidade, atraindo, inclusive, foliões estrangeiros.

Sendo assim, a presente tese desenvolve-se tendo como base esses três elementos fundamentais: carnaval, turismo e imprensa. Tudo percebido a partir do Rio de Janeiro entre os anos de 1922 e 1932. Pretendemos demonstrar como a folia carioca se tornou peça fundamental para que o município se transformasse em um destino turístico, tendo os jornais da época, primordialmente, a *Gazeta de Notícias*, como fontes desse processo. Ao longo dos quatro capítulos que desenvolvemos, procuramos costurar as relações entre as três áreas, mas, em cada deles, um tema ganha destaque, sendo no primeiro, o carnaval, no segundo, o turismo e, nos dois últimos, a imprensa.

No primeiro capítulo, nosso foco é a observação do carnaval propriamente dito. Objetivamos ver como essa festa foi se estabelecendo na cidade-capital carioca e, ao mesmo tempo, transformando-se até conquistar o seu espaço na cena cultural do Rio de Janeiro. Do entrudo dos tempos coloniais vamos aos bailes de máscaras do império até chegarmos em um leque de expressões carnavalescas, presentes na década de 1920, como os cordões, zé-pereiras, ranchos e os desfiles das grandes sociedades. A partir dessa diversificação, dedicamos-nos a compreender como se constituíram os conflitos sociais entre essas práticas, observando as suas territorialidades.

No segundo capítulo, entrecruzamos os temas de turismo e carnaval no Rio de Janeiro. Mas, antes de fazermos a aproximação das áreas, apresentamos como entendemos o conceito de turismo e demonstramos quais foram as primeiras ações feitas na cidade visando atender aos visitantes, incluindo as modificações urbanísticas e estéticas. Dentre elas, discorreremos sobre a Exposição em comemoração ao Centenário da Independência, em 1922, e buscamos evidenciar como ela gerou investimentos em infraestrutura voltada para satisfazer aos visitantes do evento. Inferimos que o turismo, a partir desse momento, passou a ser levado a sério no Brasil pela inauguração, no ano seguinte, da Sociedade Brasileira de Turismo (SBT). Por fim, nesta parte do trabalho, vamos mostrar como os jornais fizeram questão de ressaltar a presença de turistas

estrangeiros no carnaval carioca, como uma forma de constatar como a cidade e sua principal festa se adequaram aos conceitos de modernidade em voga no período.

Nossos dois últimos capítulos voltam-se à imprensa, evidenciando seu papel como apoiadora e incentivadora do turismo e do carnaval. No terceiro, achamos importante revelar a relação de proximidade entre a festividade, em homenagem a Momo, e os periódicos, desde o tempo da instalação da imprensa no Brasil. Feito isso, debruçamo-nos sobre três dos grandes jornais da época – *Jornal do Brasil*, *O Paiz* e *Correio da Manhã* – e demonstramos como eles valorizavam o carnaval mais ordenado em suas matérias e notas sobre folia carnavalesca como forma, entre outras razões, de atrair visitantes estrangeiros para o Brasil.

O quarto capítulo volta-se, exclusivamente, para a *Gazeta de Notícias*. Através de uma análise mais detalhada do periódico, conseguimos perceber sua relação de proximidade com o carnaval do Rio de Janeiro. O espaço dedicado ao tema em colunas, matérias e propagandas é comprobatório da intensidade dessa ligação. Os eventos mais destacados em suas páginas eram dos grupos sociais mais abastados, contudo, podemos ver, ainda que em menor grau, notas de blocos e cordões das camadas populares devidamente autorizados a desfilar pela polícia. Essa opção da *Gazeta* não era por acaso. O jornal, desde a sua fundação, defendia que a cidade-capital deveria modernizar-se em diversos aspectos, incluindo na folia carnavalesca. E era parte desse processo incentivar a presença de turistas, assunto abordado, com certa frequência, em suas folhas.

Intencionamos, ao final deste trabalho, conseguir demonstrar como o carnaval foi parte importante da transformação do Rio de Janeiro em uma cidade turística, indicando o papel da chamada grande imprensa do período como incentivadora desse processo. Finalizamos nossa pesquisa no ano de 1932, quando entendemos que tanto o turismo quanto a folia momesca tinham conquistado seu lugar dentro da cidade, fato atestado pela maior atenção e pelo aumento do investimento público em ambos os setores a partir de então.

1 O carnaval brasileiro no decorrer do tempo

Ele [o carnaval] se situa nas fronteiras entre a arte e a vida. Na realidade, é a própria vida apresentada com os elementos característicos da representação. [...] Os espectadores não assistem ao carnaval, eles o *vivem*, uma vez que o carnaval pela sua própria natureza existe para *todo o povo*. Enquanto dura o carnaval, não se conhece outra vida senão a do carnaval [grifos do autor] (BAKHTIN, 2010, p. 6).

Essa reflexão sobre carnaval está presente na clássica obra *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento*, de Mikhail Bakhtin (2010). Tal festa, desde a sua origem, é vivida intensamente durante seus três dias, período em que a seriedade e os problemas do cotidiano são deixados de lado para que os foliões aproveitem como se aquela fosse a realidade, ainda que ilusória. O carnaval só é possível porque as pessoas se imbuem em celebrá-lo, senão seu significado seria esvaziado. Embora o autor esteja pensando sobre outro contexto, posto que sua análise se situa na Idade Média e no Renascimento, ela se adequa à concepção da festa que, hoje, é parte das narrativas e das imagens culturais e turísticas, não só da cidade do Rio de Janeiro, mas do Brasil como um todo.

A construção da identificação do país com o carnaval resultou das inúmeras transformações que essa festa sofrera ao longo do tempo. Desde a chegada do entrudo pelas mãos dos portugueses, que é considerada a primeira prática desse tipo em terras brasileiras, até as superproduções dos desfiles das escolas de samba que atraem milhões de visitantes para a cidade do Rio de Janeiro, por exemplo, a prática carnavalesca foi se modificando. Contudo, essa essência captada por Bakhtin sempre esteve presente. Nos dias de folia, o carnaval é vivido com intensidade pelas pessoas. É o momento em que a vida parece realmente parar, só sendo retomada depois do seu fim.

Ao mesmo tempo, durante a festa, ainda que a vida esteja em uma espécie de suspensão, a configuração do festejo também evidencia as diferenças e as disputas do jogo social presentes nas sociedades, notoriamente na realidade brasileira. Toda subversão e transgressão da ordem, comuns nesse período, não conseguem esconder a desigualdade latente entre ricos e pobres, brancos e negros, como bem ressalta Bakhtin (2010, p. 7). Ainda segundo ele, “[...] Durante o carnaval é a própria vida que representa, e por um certo tempo o jogo se transforma em vida real. Essa é a natureza específica do carnaval, seu modo particular de existência” (BAKHTIN, 2010, p.7).

O antropólogo Roberto DaMatta (1997, p. 167), em *Carnavais, malandros e heróis*, faz uma análise da sociedade brasileira através do carnaval e salienta que, no nosso país, durante

as festas em homenagem a Momo, “o mundo social fica pleno de potencialidade e deixa de ser focalizado por meio de seus mediadores sociais ordinários (como profissão, bairro, riqueza, poder, etc.)”. Nesses dias de “confusão” e “bagunça”, há o predomínio da “livre expressão dos sentimentos e das emoções” (DAMATTA, 1997, p. 161). A hierarquia social é, temporariamente, suspensa, fazendo com que tudo e todos possam estar deslocados, criando uma ilusão passageira que se desfaz com o final do período de festa (DAMATTA, 1997, p. 176).

Tendo isso em mente, para percorrermos a história do carnaval do Rio de Janeiro, recorremos ao livro *História do carnaval carioca*, de Eneida de Moraes (1987), bibliografia fundamental para pesquisadores da área de carnaval pelo seu pioneirismo no tema. Já na abertura da sua publicação, é a própria autora quem deixa isso claro: “Não tenho a pretensão de apresentar uma história completa do carnaval carioca; tão rica ela é de acontecimentos, tão bela, tão fabulosa, que este livro quer ser apenas o primeiro, o mais modesto (...), na certeza de que depois dele outros virão, mais belos, mais completos” (MORAES, 1987, p. 11-12). A obra ajuda-nos a pensar como a folia carnavalesca carioca passou por diferentes estilos, muitos convivendo simultaneamente, até chegar ao modelo atual das escolas de samba, também abordadas por ela.

Na análise dessas práticas carnavalescas abordadas por Eneida, dedicamo-nos a perceber como elas têm características ligadas aos grupos sociais que as criaram, mas, em paralelo, aproximam-se e influenciam-se mutuamente, estabelecendo a circularidade cultural. Ao longo do capítulo, esse conceito será trabalhado a partir das leituras de Néstor Canclini (2019) e Rachel Soihet (2008), esta última voltada especificamente à compreensão do carnaval carioca.

1.1 As primeiras práticas carnavalescas no Brasil

Festa popular, cuja origem se perde nos tempos mais longínquos, nas épocas das quais só sabemos o que nos dizem as lendas; festa sem causa, sem explicação, mas que todos os povos adoram e que o nosso povo não dispensa, festa que é dele, exclusivamente dele e que se transforma de decênio a decênio guardando, porém, sempre o seu caráter louco e folgazão [...] (GAZETA DE NOTÍCIAS, 06 fev. 1901, p. 1).

Foi dessa forma que a *Gazeta de Notícias* anunciou a abertura do primeiro carnaval do século XX. A festa, que já era ansiosamente esperada todos os anos no Rio de Janeiro, foi descrita como característica do nosso povo, mas vista como algo que estava em constante transformação, apesar de manter seus aspectos principais, entre eles, ser celebrado nas ruas da

cidade. Sabia-se, também, como é possível notar na leitura do trecho acima, que, embora o carnaval parecesse ser uma festa genuinamente carioca ou brasileira, sua origem é muito mais remota.

Na verdade, a determinação dos seus antecedentes não é consensual entre os pesquisadores do tema, ou nas palavras de Eneida de Moraes (1987, p. 15): “As variadas origens atribuídas ao carnaval levam-nos apenas à certeza de que, festa pagã ou religiosa, sempre existiu, na história da humanidade, um determinado momento escolhido pelos homens para expandir maior alegria, para rir, pular e cantar mais livremente”. Independente da sua origem, vamos focar nosso estudo no carnaval carioca, entendendo como essa prática chegara ao Rio de Janeiro, as suas diversas influências e seus processos de transformação até se estabelecer no formato atual, consagrado, inclusive, internacionalmente.

A princípio, é interessante observar a análise que Peter Burke faz sobre o carnaval do Rio de Janeiro, evidenciando que a festa chegou ao Brasil e à América por meio do contato com portugueses, espanhóis e italianos, sendo a reinvenção e a ressignificação de uma celebração europeia.

Qualquer pessoa familiarizada com os carnavais europeus se sentirá em casa ao observar ou, na verdade, participar de carnavais no Novo Mundo. Os paralelos são impressionantes. O lançamento de cascas de ovos ou bisnagas de cera cheias de água, muito praticado no Rio do século XIX, por exemplo, derivou da tradição do entrudo português, uma tradição com muitos paralelos na França, Espanha e Itália, embora os mísseis fossem ovos ou laranjas. Fantasias e usar máscaras eram um costume tradicional europeu, e mesmo alguns dos costumes preferidos dos americanos, como os hussardos, os arlequins do Rio e os pierrôs de Trinidad, copiavam modelos europeus. O desfile das escolas de samba do Rio hoje lembra as paradas e carros alegóricos que já se viam em Florença e Nuremberg no século XV (BURKE, 2000, p. 217).

Burke defende que essa relação estabelecida entre Brasil e Europa é uma “imitação consciente”, uma vez que os carnavais de cidades como Veneza, Roma e Nice eram tidos como exemplos de festa civilizada que se queria ter no país, ou seja, havia a intenção dos grupos sociais de elite de reproduzi-los de alguma maneira. Contudo, o carnaval carioca não se reduz a uma mera reprodução do europeu. Ele é resultado da fusão de, pelo menos, três elementos presentes na formação da sociedade brasileira, que conferem a ele uma maior complexidade: os costumes locais, as influências africanas e as práticas europeias, em especial, o entrudo lusitano.

Há consenso entre os estudiosos do carnaval, como Eneida (1987), Maria Clementina Cunha (2001) e Felipe Ferreira (2005), de que o entrudo português fora a primeira manifestação

carnavalesca vinda para o Brasil, ainda no período da colonização. Não entraremos no mérito da comparação entre essa prática em relação ao carnaval característico do Rio de Janeiro, mas é importante marcar que entendemos que o festejo pode ser compreendido como parte de uma trajetória de transformações que levou à constituição do modelo atual de folia. No entanto, não vemos tal processo como uma linha evolutiva que coloca o entrudo em oposição aos desfiles na Marquês de Sapucaí. O carnaval é uma festa híbrida, múltipla, que consagra diferentes estilos, classes sociais e manifestações, no qual, ao mesmo tempo em que temos mudanças, existem também permanências, tudo convivendo simultaneamente.

No jornal *Correio da Manhã*, em uma edição de 1965, em meio a uma matéria feita pelo seu departamento de pesquisa sobre o entrudo e o zé-pereira, temos uma descrição daquele que fora considerado o primeiro carnaval do Rio de Janeiro. Segundo o periódico, ele aconteceu, em 1641, em homenagem à restauração do trono português no fim da União Ibérica e contou com a presença do então governador-geral Correa de Sá e Benevides. A *encamisada*, título dado à comemoração, iniciara-se três noites antes da quaresma e, depois desse período, foi retomada por mais oito dias. Aqui, por mais que não se fale em entrudo, tivemos um evento com alegorias, desfiles e música – elementos indispensáveis no carnaval carioca atual.

Constou a *encamisada*, entre outras coisas, de um desfile, pelas ruas centrais da cidade, de 116 cavaleiros ricamente paramentados, bem como de dois carros com alegorias e banda de música. No Campo da Ajuda teve lugar uma parada ou *alardo* de 1200 homens, enquanto em outros pontos da cidade, então com 75 anos, realizaram-se touradas e jogos de argola. Ao fim dos 8 dias, os estudantes encerraram os festejos com um desfile (grifos do autor) (CORREIO DA MANHÃ, 26 fev. 1965, p. 13).

Apesar dessa celebração com aspectos carnavalescos, foi o entrudo a primeira prática desse tipo percebida no Rio de Janeiro com regularidade. Esse era um costume português, festejado dias antes do início da quaresma e consistia, à época, em sua principal manifestação de carnaval. Na *Gazeta de Notícias*, um texto assinado por Mello Moraes Filho trata sobre sua origem:

Para descobrirmos as nascentes do entrudo, é necessário surpreendermos os antigos navegadores portugueses nas suas narrativas de viagem da Índia para os Açores, onde esta festa pública, que celebrava-se anualmente no Pegu, foi introduzida, passando-se daquele arquipélago para o Brasil com os primitivos colonos: (GAZETA DE NOTÍCIAS, 12 fev. 1888, p. 1).

O texto faz referência a uma festa anual que acontecia na região de Pegu, localizada atualmente em Myanmar, na Ásia, onde homens e mulheres se molhavam mutuamente com

água limpa como se estivessem lavando seus pecados (GUBERNATIS, 1867, p. 65). Morais Filho (GAZETA DE NOTÍCIAS, 12 fev. 1888, p. 1) conta que essa celebração foi levada para os Açores por navegadores que utilizavam a rota entre a região e Ásia. Lá a prática foi sendo modificada com o tempo e acabou se transformando no entrudo, que era uma espécie de brincadeira onde os foliões arremessavam limões-de-cheiro cheios de água, uns nos outros, bem diferente do carnaval luxuoso da França e da Itália. Também jogavam polvilho, farinha de trigo e outros líquidos.

Maria Isaura Pereira de Queiroz (1992, p. 30) explica que o termo entrudo, “segundo dizem”, significa “entrada” e marcava o início da primavera, antes mesmo da criação do cristianismo. A fixação da data, segundo a estudiosa, deu-se a partir da implantação da mencionada religião. O entrudo não era uma prática geral e única em Portugal, era realizado em algumas aldeias, cada qual com sua particularidade, no entanto com alguns elementos comuns. Entre eles, a existência de um boneco chamado Entrudo (ou João), acompanhado, ou não, pela Dona Quaresma, que fazia seu passeio pelas ruas com um grupo entoando cantigas burlescas. O passeio terminava com o enterro do boneco após a leitura do testamento.

Também era comum a realização de festins com comidas à base de carne de porco e troças¹ de homens e mulheres, que jogavam líquidos limpos ou não, farinha e lama uns nos outros. O entrudo, ainda, pode denominar os grupos de mascarados que andavam pela aldeia cantando e fazendo barulho com vários instrumentos. Danças e bailes tradicionais marcavam o encerramento da festa.

No final do século XVIII, nas cidades portuguesas, o entrudo sofrera modificações. Muitas moças de famílias distintas aproveitavam esses dias para paquerar. Elas escolhiam seu alvo pela janela das casas e jogavam bacias de água para mostrar seu interesse em determinado rapaz. Aquelas das camadas mais populares molhavam outras pessoas do mesmo nível social pelo simples prazer da brincadeira (QUEIROZ, 1992, p. 32). Já durante o século XIX, em Portugal, ganharam espaço os bailes de máscaras para a elite da sociedade, mas o entrudo persistiu. E mesmo, posteriormente, com o seu desaparecimento das cidades maiores, em algumas aldeias, ele se manteve até meados do século XX, quando parece ter, de fato, se extinguido.

A partir da colonização, a brincadeira chegou ao Brasil. Podemos diferenciá-la em dois tipos: o entrudo familiar, mais sutil, dentro das casas, e o entrudo público, nas ruas – este último

¹ As troças carnavalescas foram chamadas dessa forma em decorrência do próprio significado do verbo trocar, que é zombar, ridicularizar. No Brasil, elas são comuns no estado de Pernambuco e têm por característica serem formadas por pequenos grupos de foliões.

mais agressivo e violento. Para a preparação dos limões-de-cheiro, membros das próprias famílias com seus escravizados dedicavam-se à atividade, dias antes do início da folia, para uso próprio e também para vendê-los. Outro aspecto dessa brincadeira era o estreitamento dos laços entre as famílias, como escreveu Melo Moraes Filho na *Gazeta de Notícias* (12 fev. 1888 p. 1): “... não era de admirar vir a saber-se que este ou aquele *pedido de casamento* tivera como motivo um limão de cheiro...” (grifos do autor).

Eneida de Moraes (1987) registrou a visão de Jean-Baptiste Debret, que aportara no país com a Missão Artística Francesa, em 1818, sobre o carnaval do Rio de Janeiro, marcado pelo entrudo e pela presença de mascarados:

[...] quase consistia unicamente nos preparativos para a “fabricação de limões-de-cheiro, atividade que ocupa toda a família do pequeno capitalista, da viúva pobre, da negra livre etc.”. “Limão-de-cheiro, único objeto dos divertimentos do carnaval, é um simulacro laranja, frágil invólucro de cera de um quarto de linha de espessura e cuja transparência permite ver-se o volume d’água que contém”. É verdade que Debret também viu “grupos de negros mascarados e fantasiados de velhos europeus, imitando-lhes muito jeitosamente os gestos, ao cumprimentar à direita e à esquerda as pessoas instaladas nos balcões” (MORAES, 1987, p. 20).

Esses limões e outros líquidos e materiais eram arremessados nas pessoas, surpreendendo-as enquanto passavam pelas ruas, razão pela qual, provavelmente, assustavam os estrangeiros que viam e, mais ainda, aqueles que eram vítimas da molhadela. O entrudo, nesse sentido, era visto como uma brincadeira bárbara, atrasada e o primeiro alerta contra ele deu-se ainda no período colonial, no início do século XVII.²

Mesmo que a brincadeira fosse cada vez mais criticada, já no período imperial, os mandatários do governo brasileiro divertiam-se com o jogo. Talvez por sua ligação com a tradição portuguesa, tanto D. Pedro I quanto seu filho, D. Pedro II, participavam do entrudo. Segundo Viriato Corrêa (*apud* MORAES, 1987, p. 23), “apesar de toda a sua austeridade, D. Pedro II servia-se dos limões-de-cheiro e das bacias d’água para ‘brincar’ o entrudo na Quinta da Boa Vista”. Contudo, mesmo com a afeição do imperador a tais práticas, isso não impediu que uma atriz portuguesa de apenas 15 anos, chamada Estela Sezefredo, no carnaval de 1825, fosse presa por ter jogado um limão-de-cheiro e acertado uma pessoa que estava na comitiva de D. Pedro I (COSTA, 2001, p. 14) - um “folião impenitente” (CORREIO DA MANHÃ, 26 fev. 1965, p. 1).

² Vieira Fazenda (1921, p. 324) relata que os primeiros alvarás e avisos contra o entrudo começaram a aparecer em 1604 e se alongaram ainda durante o período colonial, nos anos de 1608, 1612, 1686, 1691, 1734 e 1818.

O sinal mais claro de tentativa de mudança no carnaval ocorreu com a realização de um baile de máscaras, em 22 de janeiro de 1840, no Hotel Itália, no Largo do Rocio.³ Em razão do sucesso alcançado, um outro foi realizado em 20 de fevereiro do mesmo ano (MORAES, 1987, p. 29). Esse tipo de festejo logo se tornou comum no Rio de Janeiro, sendo voltado aos sócios e aos convidados das sociedades que o organizavam. Não obstante, foi a partir do baile público realizado pela atriz Clara Delmastro⁴, realizado em 21 de fevereiro de 1846, que esse divertimento passou a ser uma opção para as camadas populares, sendo uma alternativa ao entrudo, apesar do seu alto custo (FERREIRA, 2005, p. 46). O evento ocorreu no Teatro São Januário, também na atual Praça Tiradentes, seguindo o modelo parisiense, aberto a qualquer pessoa que tivesse condição de pagar a entrada nada barata. Foram mais de mil pares fantasiados, sendo considerado um sucesso (ARAÚJO, 2000, p. 110-111).

Após a realização dos primeiros, os bailes com venda de ingressos conquistaram espaço na folia carnavalesca, sendo promovidos por outros teatros na cidade. No decorrer da segunda metade do século XIX e início do XX, eles foram uma realidade para a comemoração do carnaval do Rio de Janeiro. Sua predominância fez com que o entrudo fosse perdendo força, apesar de não ter desaparecido completamente. As grandes sociedades como os Democráticos, Fenianos e Tenentes do Diabo, que serão abordadas a seguir, também realizavam bailes em teatros ou em suas sedes.

O *High-life Club*⁵ sediado no Palacete Paschoal Segreto⁶, na Rua Santo Amaro, no Largo da Glória, era uma das casas que produzia celebrações carnavalescas para a alta sociedade carioca. Muitos desses bailes, organizados pelas sociedades e clubes, eram um tipo de comemoração que ocorria após o desfile nas ruas da cidade. Os sócios saíam fantasiados, a pé ou em carros puxados por cavalos e, ao final do préstito, bailavam nos teatros ou nas suas sedes até o dia amanhecer.

³ Felipe Ferreira (2005, p. 45), contudo, coloca que quatro dias antes do baile, em 18 de janeiro de 1840, a Sociedade União dos Gamenhos realizara o primeiro de uma série de bailes no período anterior ao início do carnaval.

⁴ Clara Delmastro era uma cantora de ópera que foi contratada pela companhia lírica italiana do Teatro São Pedro de Alcântara, um dos principais do Segundo Reinado. Desembarcou no Rio de Janeiro em 1844 e tornou-se querida pelo público. Dois anos depois, começou a promover os bailes de carnaval em teatros da cidade. Não se sabe o desfecho da cantora – se morreu no Brasil, ou foi para Portugal, ou Itália. Porém, desde que passou a promover os bailes de máscaras, ela não mais participou de óperas, tornando-se apenas empresária (STARK, 2011).

⁵ A inauguração do *High-life Club*, em 1908, foi um sucesso, com duas orquestras tocando em ambientes diferentes e contou com a presença da alta sociedade carioca. No baile carnavalesco de 1909, “além de inovar com matinês dançantes, promoveu um concurso para eleger a mais bela mulher, a mais bela fantasia e qual a melhor dança” (COSTA, 2001, p. 80). O clube durou até 1956, quando fechou suas portas.

⁶ Paschoal Segreto foi um empresário do setor de entretenimento que investiu em teatros, casas de jogos, produção de filmes, cafés-concertos e na primeira sala de exibição cinematográfica do Rio de Janeiro, localizada na Rua do Ouvidor (MARTINS, 2010). O espaço onde foi a sede do *High-life Club* foi tombado pela prefeitura do Rio de Janeiro, por decreto, em 1987.

A mudança na folia carnavalesca, de maneira a atender também aos anseios da elite carioca, faz parte do processo de distinção a que estão submetidas as práticas sociais (BOURDIEU, 2017). Enquanto o carnaval se estabelecia, principalmente, entre as camadas mais populares, trazia as propriedades intrínsecas a esse grupo, que brincava à sua maneira. Entretanto, com a apropriação da festa pela elite, seus efeitos fizeram-se sentir nas próprias características internas desse grupo, evidenciando que as propriedades de um grupo qualquer estão relacionadas diretamente a um momento específico a partir da sua posição em um espaço social determinado (BOURDIEU, 1996, p. 18). Trocando-se tais condições, mudam-se também suas propriedades.

A percepção em relação às transformações nos festejos era sentida pelos próprios cariocas dos primeiros anos do século XX. Como parte do projeto “Rio civiliza-se”, apoiado pela imprensa e pela intelectualidade, a *Gazeta de Notícias* destacou como a folia carnavalesca vinha sendo alterada na cidade. Afirmava que os festejos se espalharam, tendo nos subúrbios e arrabaldes suas próprias sociedades, responsáveis pela “organização das festas e com bailes brilhantíssimos e passeatas imponentes [...]” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 11 fev. 1902, p.1).

Em decorrência disso, diminuía a desorganização no deslocamento das pessoas, situação percebida já naquele carnaval: “Não houve aglomeração e atropelo costumeiro nos bondes de todas as companhias. Estiveram cheios, é fora de questão, mas sem o exagero formidável dos passados anos. Porque muita gente encontrou no próprio bairro encantos e festas que a divertissem [...]” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 11 fev. 1902, p. 1). Há, ainda, outro aspecto dessa questão. Uma vez que os subúrbios realizavam seus festejos comandados por membros da sociedade carioca, levando uma certa organização a tais eventos, tentava-se evitar, também, a presença de pessoas dos grupos populares no centro modernizado, situação que a elite da cidade não entendia como adequada a sua proposta de folia.

1.2 As diferentes manifestações do carnaval

O entrudo e os bailes de máscaras podem ser entendidos como marcos significativos do carnaval brasileiro, sobretudo o carioca. O primeiro, como vimos, destacou por ter sido uma das primeiras experiências da manifestação carnavalesca no país e pela sua persistência após muitas tentativas do poder público de extingui-lo. Já os bailes inauguraram um novo momento na história cultural do Rio de Janeiro, em que se intencionava “civilizar” o divertimento das camadas populares aos moldes europeus. Há, porém, uma gama de manifestações carnavalescas que se fizeram presentes em paralelo a essas mencionadas formas de celebração. Zé-pereira,

cordões, corsos, batalhas de confete, ranchos e as grandes sociedades são algumas dessas expressões sobre as quais vamos brevemente tratar aqui.

Todavia, antes de fazermos esse passeio pelas diferentes práticas do carnaval carioca, cabe pensarmos sobre o que se entende como cultura popular, já que é lugar-comum falarmos em carnaval como expressão dessa cultura. Inicialmente, devemos deixar claro que esse conceito não é algo diametralmente oposto ao de elite (ou erudito, ou mesmo civilizado). Diferentes pesquisadores debruçaram-se sobre esse conceito, possibilitando-nos observá-lo como resultado não de um isolamento em relação a outras culturas, mas de aproximação e interação entre as classes sociais.

Peter Burke (2000, p. 257-259) é um desses estudiosos que chama atenção para a necessidade de considerarmos a cultura como múltipla e não homogênea, sendo mais adequado falarmos em diferentes culturas que interagem entre si, formadas a partir da apropriação e da ressignificação dos acervos comuns de determinada sociedade. A cultura não é, nessa perspectiva, algo único, singular e geral – ou nas palavras do próprio autor, não há uma “unidade ou consenso cultural” (BURKE, 2000, p. 237). A cultura popular, então, não se opõe à erudita, mas troca com ela, mesmo porque elas compartilham elementos comuns e, assim, formam o que podemos definir como a cultura de determinada sociedade.

Evidenciando ainda mais essa aproximação, Roger Chartier (1995, p. 179, 184) afirma que a cultura popular é uma categoria erudita. Isso porque não são os objetos ou modelos culturais que determinam o que pode ser considerado popular. Mas, sim, a forma como eles, que têm diferentes origens, são apropriados pelos grupos sociais. Nesse processo de ressignificação é onde se encontram os elementos de distinção de uma classe em relação à outra. Portanto, para Chartier, “popular” qualifica um modo de usar objetos e normas sociais a partir de como eles são recebidos, compreendidos e manipulados. Contudo, a apropriação não quer dizer que todas as práticas culturais, apesar das diferenças, são equivalentes. Isso seria o mesmo que esquecer que essas mesmas práticas culturais são ambientes de lutas sociais (CHARTIER, 1995, p. 184).

Thompson (1998), em seu livro sobre a cultura plebeia inglesa do século XVIII, também nos leva a uma reflexão sobre o conceito de cultura. Ele alerta para o cuidado que devemos ter com as generalizações, como se pudéssemos ter uma descrição fechada e limitada, por exemplo, do que é a cultura popular. O termo é muito mais abrangente e pressupõe a interrelação de uma gama de elementos diversos que, muitas vezes, são opostos entre si:

[...] uma cultura é também é um conjunto de diferentes recursos, em que há sempre uma troca entre o escrito e o oral, o dominante e o subordinado, a aldeia e a metrópole;

é uma arena de elementos conflitivos, que somente sob uma pressão imperiosa [...] assume a força de um “sistema”. E na verdade o próprio termo “cultura”, com sua invocação confortável de um consenso, pode distrair nossa atenção das contradições sociais e culturais, das fraturas e oposições existentes dentro do conjunto (Thompson, 1998, p. 17).

A constatação das diferenças presentes dentro desse conjunto chamado “cultura” permite que entendamos como ele se estabelece a partir do compartilhamento de valores pelos grupos sociais, ainda que cada um mantenha suas singularidades. Entendendo o carnaval como parte da cultura brasileira, observamos que, apesar das ações dos grupos de elite voltadas para civilizar a folia à sua maneira, suas características de origem – ligadas aos grupos populares – se mantiveram. Além disso, observamos que a manifestação carnavalesca brasileira que se impõe é resultado de uma aproximação e interação das classes sociais, que não deixam de travar disputas entre si.

Bakhtin (2010, p. 83) nos evidencia isso em seu estudo sobre a cultura cômica popular através da obra de Rabelais na Idade Média. Nossa análise nos faz perceber que os homens tinham uma vida oficial e uma carnavalesca e inseriam-se em um mundo que, por um lado era piedoso e sério e, por outro, cômico. No entanto, esses aspectos duais coexistiam internamente, dentro das suas consciências. Havia, portanto, externamente, uma cultura oficial que era, rigorosamente, separada da cultura popular.

Já no final da Idade Média, ainda segundo Bakhtin (2010, p. 84), iniciou-se o esmorecimento das fronteiras estabelecidas entre a cultura cômica popular e o que ele chamara de “grande literatura”, que era compreendida como parte integrante da cultura oficial do período. A cultura cômica, portanto, até então limitada rigorosamente às festas, passou a penetrar em outras esferas ideológicas. Sendo assim, mesmo que essas culturas simbolizassem visões diferentes de mundo, elas começaram a manter mais contato e, conseqüentemente, a se influenciarem mutuamente.

Essa relação cultural de interação, costurada entre grupos sociais distintos, também se faz presente no carnaval carioca, como veremos a seguir. Por mais que algumas práticas tenham sua origem em camadas mais populares, elas sofreram, ao longo do tempo, modificações decorrentes, inclusive, da influência dos grupos de elite. A partir dessa troca, o carnaval carioca configurou-se no modelo atual, tornando-se um traço significativo da identidade cultural brasileira.

Uma dessas práticas carnavalescas, nascidas em meio aos grupos populares, é o zé-pereira. Em uma das versões de sua origem está o sapateiro português José Nogueira de Azevedo Paredes, o qual, em torno de 1850, decidira sair às ruas do Rio de Janeiro, em uma

segunda-feira de carnaval, com uma fantasia improvisada, para celebrar o carnaval com as tradições de sua terra natal, usando um bumbo alugado, como acontecia em algumas cidades portuguesas. Ele acabou sendo seguido por contemporâneos, os quais também foram às ruas tocando suas zabumbas e tambores.

A figura do zé-pereira tornou-se constante nos carnavais da década de 1880. Ainda que muitas vezes saíssem em grupo, festejando o carnaval de sua maneira particular, era a ação individual do zé-pereira que causava mais impacto sobre o carnaval praticado pela elite – “ele forneceu ritmo à dança de velhos e princeses, atraiu para a dança os diabinhos e demais personagens que, isolados, já pareciam assustadores” (CUNHA, 2001, p. 46). Por essa visão, cabia ao zé-pereira exercer um papel social junto àqueles que pertenciam às classes mais pobres e divertiam-se sozinhos. Quando esses foliões solitários se tornavam um grupo, um bloco único, esvaziava o próprio sentido dessa expressão carnavalesca.

Contudo, tornou-se comum denominar como zé-pereira qualquer tipo de grupo de foliões que estivesse celebrando o carnaval percorrendo a cidade atrás de tocadores de zabumba que faziam um “infernado barulho de uma música impossível”, como relatado na *Gazeta* (04 mar. 1889, p. 1). Maria Clementina (2001, p. 46) relaciona os elementos característicos presentes no zé-pereira: o ritmo, a ridicularização das classes mais altas da sociedade e a “pilhéria direta e a alusão pessoal presentes nos dizeres pregados aos chapéus”. Essa figura, entretanto, tinha sua essência ligada às camadas mais pobres e o fato de ser introduzida nas manifestações carnavalescas da elite diminuiu o seu significado dentro do carnaval carioca. Ele estava presente em todas as partes, desde o “‘bairro aristocrático’ ou no cais do porto, na rica sociedade ou nos grupos de cortiços, nas ruas e nos salões” (CUNHA, 2002, p. 395-396).

Luiz Edmundo (1957, p. 771), em suas memórias, diz que o zé-pereira começa a ter fim com a remodelação do Rio de Janeiro, em 1904. No projeto civilizado de cidade moderna, não havia espaço para esse tipo de celebração popular. O caminho, a seguir, contava agora com “o natural cancelamento de certas tradições alienígenas” (EDMUNDO, 1957, p. 771). Portanto, os mascarados foram, gradativamente, ocupando o espaço. Eles eram mais adequados ao novo cenário que se estava construindo. “O Rio transforma-se numa cidade alegre de mascarados, onde todos, mais ou menos, se divertem” (EDMUNDO, 2003, p. 773).

Vale, aqui, recorrermos a Néstor Canclini (2019, p. 215) para negar a ideia de que o popular é incompatível com o moderno. O que ocorre, em sua visão, é que “as culturas tradicionais *se desenvolveram transformando-se*” (grifos do autor) em decorrência de fatores como, por exemplo, a necessidade mercadológica da inclusão de bens simbólicos dessas camadas para gerar uma aproximação entre elas e o interesse político de usar tais culturas para

fortalecer sua hegemonia e legitimidade. Entendemos que não há motivação real que impulsionasse o seu desaparecimento – porque elas servem de referência a um grande número de pessoas – mas, sim, na sua adaptação à nova realidade que se configurava.

Mais ou menos no mesmo período do zé-pereira, surgiram os cordões, resultado do aumento da diversificação do carnaval de rua já nos idos de 1870. Compostos por personagens como cantadores, dançarinos, diabos, reis, rainhas e baianas, eles não tinham, propriamente, uma organização em seu desfile, mas obedeciam ao apito do mestre. O ritmo era ditado por instrumentos como adufes, cuícas e reco-recos, que davam melodia ao cortejo. E a comunidade participava, diretamente, fazendo os estandartes para o préstito do cordão (DINIZ, 2008, p. 19).

João do Rio bem definiu essa prática como “núcleos irredutíveis da folia carioca, brotam como um fulgor mais vivo e são antes de tudo bem do povo, bem da terra, bem da alma encantadora e bárbara do Rio” (RIO, 2009, p. 127). Sua visão, em certa medida romantizada dessa expressão carnavalesca das camadas populares, não ignora seu aspecto mais tenso e conflituoso – “o cordão é nossa alma ardente, luxuriosa, triste, meio escrava e revoltosa, babando lascívia pelas mulheres e querendo maravilhar, fanfarrona, meiga, bárbara e lamentável” (RIO, 2009, p. 134). Eram comuns os conflitos entre os integrantes dos cordões, sendo quase um traço próprio da sua identidade.⁷ Ainda que aqui não tenhamos a relação entre diferentes camadas sociais, percebemos o cordão como uma singularidade dos grupos mais pobres da sociedade carioca.

Já o curso era uma expressão carnavalesca que consistia no desfile de carros nas ruas da cidade, saindo de Botafogo e indo até o final da Avenida Central, normalmente no domingo de carnaval, a partir das 16 horas (MORAES, 1987, p. 126). Fora inaugurado no ano de 1907, quando a Avenida Central se estabelecia como principal artéria do Rio de Janeiro modernizado.

No dia 1º de fevereiro daquele ano, as filhas do presidente Afonso Pena, acompanhadas do secretário da presidência, atravessaram o famoso bulevar em carro aberto na direção do prédio da Comissão Fiscal das Obras do Porto. Dessa forma, elas conseguiram ver de perto como o povo se divertia durante o carnaval. Essa atitude foi imitada por outras famílias abastadas, que jogavam entre si serpentinas e confetes, criando mais um atrativo para o carnaval carioca (COSTA, 2001, p. 45). Era uma exibição de luxo e riqueza que significava também que

⁷A Gazeta trouxe, em matéria, de 1901, os problemas entre cordões inimigos no morro do Castelo – o Castelo de Ouro, Triunfo das Chamas e Prazer do Castelo, ressaltando: “Um cordão que se preza é inimigo do cordão vizinho, e esse do outro que fica ao pé e assim por diante...” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 08 abr. 1901, p. 2).

a folia das ruas tinha o seu ar de sofisticação, um aspecto burguês dessa festa, e a nova avenida construída era o palco perfeito.

Nos anos de 1920, o curso estava incorporado aos eventos carnavalescos. Nos jornais, encontramos notícias referentes a sua organização, revelando preocupação com a segurança dos foliões. Em 1922, por exemplo, a *Gazeta* (24 fev. 1922, p. 6) publicou as informações da normatização da exibição. No sábado e domingo de carnaval, o curso ocorreria normalmente, sendo que nenhum veículo poderia entrar no desfile pelas ruas transversais à avenida e, uma vez iniciado, não seria permitido parar no caminho em hipótese alguma. Além disso, os condutores eram proibidos de usar máscaras ou qualquer disfarce que dificultasse seu reconhecimento.

A mesma matéria alertava, ainda, que os cordões e demais grupos carnavalescos que desfilavam nos dias do curso teriam que atentar para as regras estabelecidas, não atrapalhando sua passagem, com pena de serem advertidos (GAZETA DE NOTÍCIAS, 24 fev.1922, p. 6). Fica evidente, aqui, a predileção da própria força policial em privilegiar a burguesia e seus divertimentos, em detrimento dos grupos populares.

As regras para limitação da interferência das camadas mais pobres nas apresentações do curso indicam uma tentativa da autoridade policial de remontar quase que um exemplo de carnaval ordenado. No entanto, outra notícia do mesmo jornal nos mostra que, apesar do esforço, isso não acontecia com eficiência (GAZETA DE NOTÍCIAS, 18 fev. 1925, p. 1). Foi proibida pela polícia a entrada de qualquer tipo de caminhão e de veículos de tração animal, durante a passagem dos carros. Entretanto, como não havia padrão determinado dos tipos de condução que participariam do desfile, facilitou, em parte, a presença de pessoas de outros grupos sociais, estabelecendo uma interação (ainda que indesejada) entre elas.

Eneida de Moraes (1987, p. 127) revela que o curso atingira tamanho sucesso que, até 1930, era difícil encontrar no Rio de Janeiro um veículo que não participasse da celebração carnavalesca. Contudo, a pesquisadora afirma que esse modelo de evento só sobreviveu enquanto existiam poucos automóveis na cidade. Quando o número de veículos aumentou, o tráfego tornou-se caótico, contribuindo para o seu desaparecimento. Somamos a isso, outras questões, como o desgaste do carro - causado por andar em ritmo muito lento - o custo da gasolina e a descentralização do carnaval, que, com seu crescimento, passara a ser festejado em diversas partes da cidade. Todas essas questões ajudaram a colocar um ponto final nessa prática.

Outro argumento comentado por Jota Efegê (1982, p. 164) para seu término fora o aparecimento dos carros fechados, com capota fixa. Durante a passeata na Avenida Central, os passageiros sentavam-se sobre as capotas, expondo suas fantasias e brincando com os foliões e

com os demais automóveis. Na tentativa de evitar seu fim, o autor diz que os motoristas que ainda tinham carros daqueles modelos preservavam o desfile, porém, ele foi se tornando cada vez mais mingüado. Tentaram, ainda, manter a prática com os carros fechados, mas o préstito perdera seu brilho e a tradição terminou.

Mesmo que os motivos relacionados acima possam ter influenciado no desaparecimento dos corsos, Felipe Ferreira (2004, p. 242) faz uma análise que destoa da explicação de Jota Efegê e Eneida de Moraes. Essa manifestação, segundo Ferreira, tinha intenção claramente elitista e exclusivista, sendo uma forma de mostrar às camadas populares a distância que havia entre eles e aqueles que estavam nos carros. Quando o automóvel foi se popularizando e tornando-se acessível a um público maior, acabou o encantamento. Um exemplo disso é a propaganda do Novo Ford, publicada no *Jornal do Brasil*, nas proximidades do carnaval de 1930:

Agora, em véspera de Carnaval, é a ocasião mais oportuna para se adquirir um automóvel. O Novo Ford, graças ao seu funcionamento suave, à sua aceleração quase instantânea, ao molejo deveras macio e à incomparável economia de seu motor, considera-se como o carro ideal para o curso nos dias de Carnaval. Afora o grande prazer de conduzir o seu próprio carro durante o reinado de Momo, divertindo-se realmente e também assim a sua família, deve V.S. considerar o valor da aquisição e o serviço que o Novo Ford lhe prestará por anos ininterruptos. É um carro sólido, de construção esmerada muito veloz e que nunca lhe causará aborrecimento algum, pois o material e a mão de obra Ford já conquistaram merecida reputação, que aliás, se estende por toda parte (JORNAL DO BRASIL, 26 fev. 1930, p. 30).

A partir do momento em que um produto é propagandeado nas páginas de jornal, ainda mais em um periódico de grande circulação na época, como o *Jornal do Brasil*, ele acaba tendo maior visibilidade e atingindo um público cada vez mais amplo. Ou seja, deixa o caráter do curso de exclusividade de lado, propiciando o aumento das vendas de carros. O próprio texto veiculado, junto à imagem do carro, ressalta suas características que, teoricamente, seriam ideais para participar do desfile e destaca, ainda, que o seu valor era compatível com a qualidade e durabilidade do produto, buscando passar credibilidade ao consumidor.

Além da popularização do automóvel, interessados em participar do evento começaram a alugar carros com esse objetivo, como podemos ver nas páginas da *Gazeta*, em janeiro de 1926: “[...] durante a quadra atual das festividades carnavalescas, o preço da primeira hora de automóvel será cobrada à razão de 20\$ (20 mil réis), e de 16\$000 (16 mil réis) da segunda hora em diante, por frações de quarto de hora, divididos à razão de 4\$000 (4 mil réis) por quarto (das 6 horas em diante)” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 02 fev.1926, p. 4). A partir daí, o carro não era

mais um produto tão restrito assim, fazendo com que a própria elite perdesse a motivação por manter o desfile.

Voltando às expressões carnavalescas, outra prática marcante no princípio do século XX eram as batalhas de confete, organizadas inicialmente pela *Gazeta de Notícias*, as quais passaram a substituir as já realizadas batalhas de flores. A primeira fora anunciada no jornal em 26 de janeiro de 1907, com intenção de ajudar instituições de caridade, não enumeradas na edição. A direção do periódico elegera uma comissão responsável para a organização do evento, que aconteceu na segunda-feira de carnaval, das 16 às 20 horas, em um trecho da Avenida Beira-Mar, com a presença de bandas de música. Quem quisesse assistir, entraria de graça, sendo cobrados ingressos apenas dos cavalheiros e dos carros:

É clássico, no Carnaval europeu, derivar os divertimentos carnavalescos das máscaras para uma batalha de flores. Aqui, no Rio, onde temos um parque como o da praça da Aclamação e as avenidas como a Central e a Beira-Mar, lindas e grandes, quase se torna impossível realizar uma batalha de flores, porque estas custam os olhos da cara – como se diz pitorescamente – e, na proporção necessária para o pequeno combate de rosas e jasmims, custam quase uma fortuna de um Creso.

Como conciliar, portanto, os preços exorbitantes das flores à necessidade que há de acrescentar ao carnaval dos préstitos luxuosos, dos cordões e das máscaras avulsas uma nota interessante, inédita e elegante?

A *Gazeta de Notícias*, que, modéstia à parte, tem concorrido bastante para tirar a monotonia do viver carioca, promovendo festas essencialmente populares, resolveu o problema satisfatoriamente: organizar uma festa essencialmente popular, com um fim fundamentalmente filantrópico.

[...]

Com tais intuitos, a *Gazeta de Notícias* resolveu organizar e promover, em vez de uma batalha de flores, uma **Batalha de confete**.

O confete é barato. O confete é distinto e é lindo, com sua multicoloração, caindo em chuva irisada pelos colos das senhoras, pelos chapéus dos homens, como pequenino flocos de neve que a bizarra fantasia de um inverno artista houvesse feito tingir das cores mais lindas e mais nuançadas do arco-íris (sic) (grifos do autor) (GAZETA DE NOTÍCIAS, 26 jan. 1907, p. 2).

No dia seguinte, o próprio jornal descreveu a batalha, ressaltando pontos como a elegância das pessoas que foram assistir, o desfile dos carros que se exibiam com famílias luxuosamente fantasiadas, a paquera em frente ao bar entre senhoras e cavaleiros que “travavam pequenas guerrilhas de confete, ou então assaltavam-se empunhando os deliciosos e inofensivos lança-perfumes” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 12 fev.1907, p. 1). O evento teve tal importância que contou com a presença do presidente Afonso Pena e de sua família. A batalha, claramente, era mais um evento voltado à elite carioca, e sua execução em nada lembrava o carnaval brincado pela população.

O tipo de festejo deu tão certo que foi sendo repetido ano a ano, só que a partir de 1909, sua organização ficou a cargo da prefeitura, tornando-se oficial. O local, onde era realizada a batalha, ficava inundado por uma série de automóveis ornados luxuosamente para se exibirem. O carnaval civilizado desejado para o Rio de Janeiro moderno, aqui, encontrava mais um colaborador. Todavia, assim como no curso, os grupos populares faziam-se presentes e, em decorrência do constante crescimento e popularização do carnaval, já em finais da década de 1920, essas batalhas tiveram fim.

As duas próximas manifestações carnavalescas, as grandes sociedades e os ranchos, talvez sejam as mais representativas quando se pensa na interação entre os diferentes grupos sociais. A primeira porque, ainda que participassem apenas os sócios das sociedades, as suas exposições faziam-se no espaço público, nas ruas, em meio à população. Já a segunda conseguiu congrega, efetivamente, pessoas de diferentes grupos sociais.

Os desfiles carnavalescos, que ocupavam as ruas do Rio de Janeiro desde 1855 e se estenderam ao longo do tempo, eram realizados pelas sociedades e clubes que foram fundados ainda no século XIX. Segundo uma das versões, apesar do Congresso das Sumidades Carnavalescas ser o primeiro deles e ter inaugurado tal prática, foram outras sociedades que ganharam destaque no final do século XIX e início do XX. No geral, elas realizavam bailes luxuosos em suas sedes, nos meses que antecediam o carnaval e, na terça-feira da folia, iam para as ruas com seus sócios em passeatas, que terminavam em bailes nos teatros da cidade.

Vamos nos deter, aqui, às três grandes sociedades da segunda geração⁸ desse modelo que, “ainda antes do final do XIX, foram se apoderando da linha de frente [...], que se sobressaíram entre os demais” (GALVÃO, 2009, p. 74): Democráticos, Fenianos e Tenentes do Diabo. A importância delas pode ser observada em matéria publicada na terça-feira de carnaval de 1929, quando a *Gazeta de Notícias* destacou: “A nota de apoteose do carnaval carioca é, de fato, a passagem dos grandes préstitos carnavalescos pelas ruas centrais da cidade, numa loucura de luxo, de luzes, de bom gosto e de fantasia. É um espetáculo único no mundo e que se renova todos os anos” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 12 fev. 1929, p. 4). Em seguida, o jornal trouxe a descrição do desfile de cada uma dessas sociedades.

É interessante notar que, apesar dessas sociedades mostrarem relação com as antigas, no que diz respeito ao formato dos desfiles, ao luxo nas fantasias e nas alegorias, elas também se firmavam como um novo modelo de carnaval que tinha por função fazer uma crítica social

⁸ Como primeira geração das sociedades carnavalescas podemos incluir, além do Congresso das Sumidades Carnavalescas, outras como Club X, os Zuavos, o Boêmia e a União Veneziana. Seus desfiles eram marcados pelo luxo e elegância e a finalidade era a diversão dos seus sócios nos bailes à fantasia (PEREIRA, 2004, p. 113).

e política. “Se antes a festa se limitava ao simples divertimento momesco de seus participantes, ao prazer da mascarada, ela assumira, através dessas novas agremiações, um outro papel – fazendo com que eles se autorrepresentassem como uma verdadeira ‘instituição civilizadora’” (PEREIRA, 2004, p. 118).

Os carros de crítica viraram uma marca das grandes sociedades e ganharam destaque nos seus préstitos. No carnaval de 1924, a *Gazeta* divulgou o nome dos funcionários que foram designados pelo delegado auxiliar para fazer a censura dessas alegorias, sendo duas pessoas diferentes para os Fenianos, para os Tenentes e para os Democráticos (GAZETA DE NOTÍCIAS, 27 fev. 1924, p. 6)⁹. Tal ação mostra o receio das autoridades municipais com o que ia ser apresentado e com a possível repercussão, contudo, as críticas nem sempre recaíam sobre ações dos governantes, podendo ser sobre costumes sociais ou outros acontecimentos cotidianos.

Era comum essas sociedades publicarem a descrição dos seus préstitos nos jornais no dia em que iriam para as ruas. No carnaval de 1925, o quarto carro dos Tenentes do Diabo foi classificado como de crítica e chamava-se “*La Garçonne*”, referindo-se ao corte de cabelo que havia virado febre entre as mulheres. A descrição da alegoria era a seguinte: “Um enorme busto de mulher, bem talhado, com colossais brincos de fantasia dos mais escandalosos [...]” e viria acompanhado de vinte automóveis, onde sócios se vestiram inspirados no rei francês Luís XV. A canção que seria entoada durante sua passagem marcava a “fina crítica”: “Nos dias que decorrem atualmente, /E em que domina o banjo e o saxofone, /A moda apareceu triunfantemente /Com o seu tipo ideal de la garçonne. /Seja moça, trintona, branca ou João, /A moda é a mesma travesti, decote /Sapato com fantástico tacão /E cabelo raspado no cangote” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 24 fev. 1925, p. 5). O primeiro, o sexto, o oitavo e o décimo carro também eram de críticas, cada um trazendo uma temática diferente.

As três sociedades foram fundadas na segunda metade do século XIX e concorriam entre si durante o carnaval carioca. A Sociedade Euterpe Tenentes do Diabo surgiu da antiga Zuavos Carnavalescos e adotou tal nome após uma série de incêndios que ocorrera na sua sede. Já os Fenianos foram criados a partir de um grupo que se desligara dos Tenentes, tendo sua sede social chamada de caverna. Já o Clube dos Democráticos teve sua fundação ligada aos funcionários do comércio boêmios que decidiram se unir e formar uma agremiação para celebrar nos dias de folia.

⁹ Os nomes dos funcionários não foram inseridos porque a edição do jornal, consultada através da Hemeroteca Digital Brasileira da Biblioteca Nacional, não tem a nitidez suficiente para identificá-los, dificultando a reprodução correta de todos.

Essas três sociedades “substituíram as cavalgadas numerosas, os carros de máscaras, os personagens disfarçados, a mascarada geral, pelas suas custosas bandas de música, pelas alegorias do porta-estandarte, pelos *carros de ideias*, cada qual mais espirituoso e original, ou mais rico” (grifos do autor) (MORAES FILHO, 2002, p. 51). Os próprios préstitos dessas sociedades, durante a folia, nos levam a entender que elas tentavam ocultar o carnaval popular e ditar o ritmo da festa carioca, por mais que isso não tenha realmente acontecido.

Por terem essa função civilizadora, elas estavam sempre nas páginas dos jornais, uma vez que a imprensa, de maneira geral, defendia esse mesmo discurso, como podemos ver em 1928, na *Gazeta de Notícias*. No dia 11 de fevereiro, foram divulgados os bailes promovidos por elas uma semana antes do carnaval. Na caverna, sede da Tenentes, “haverá um grande e animadíssimo baile à fantasia que deixará, sem dúvida, uma impressão imorredoura nos convivas”. Nos Fenianos, a festa estava “fadada a grande sucesso”, por conta das atrações que estariam presentes. No Castelo, sede dos Democráticos, teria um “retumbante e piramidal baile à fantasia” com bandas militares garantindo o sucesso da noite (GAZETA DE NOTÍCIAS, 11 fev. 1928, p. 4).

No domingo seguinte, a *Gazeta* abriu sua edição saudando o início da folia carnavalesca: “Momo decreta, hoje, o estado de sítio por três dias. Será metido na prisão quem não rir, quem não enlouquecer. É um estado de sítio original” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 19 fev. 1928, p. 1). Na página 4, trouxe, com destaque, os itinerários dos desfiles das grandes sociedades e os bailes que elas promoveriam durante o carnaval. Na sequência, o jornal informava sobre os préstitos de outras agremiações que aconteceriam nos próximos dias de festa.

Na edição da quinta-feira, após o carnaval de 1923, o diário veiculou matéria que se intitula: “Os grandes préstitos dos Democráticos, Tenentes e Fenianos”. Os textos sobre as três exhibições, ocorridas na terça-feira de Momo, exaltavam a música, as fantasias e os carros alegóricos que adentraram na “nossa mais linda artéria”, a Avenida Central, destacando a animação do público, que saudava com palmas a evolução das grandes sociedades (GAZETA DE NOTÍCIAS, 15 fev. 1923, p. 3), ratificando a importância delas para o carnaval da época.

Assim como essas agremiações, os ranchos são importantes organizações que inspiraram as escolas de samba. Datados do século XIX, podem ser considerados os intermediários entre as grandes sociedades e os cordões carnavalescos. Eram grupos formados pelas camadas populares que desfilavam às segundas-feiras e produziam o “carnaval mediado por uma rede de relações sociais com lugar para cronistas, comerciantes, a política, os músicos, os artesãos, as tias baianas, além das camadas populares dos bairros e subúrbios” (GONÇALVES, 2006). Na verdade, os ranchos podem ter conseguido aquilo que as sociedades,

anteriormente citadas, não conquistaram: organizar o carnaval das camadas populares, tornando-o, de alguma forma, “civilizado”.

De fato, eles foram se firmando com o passar do tempo e compreendiam as tias baianas, Ciata e Bebiana¹⁰, como figuras irradiadoras da cultura negra que entrecruzava culinária, samba e carnaval (VELLOSO, 1990, p. 216). Por isso, durante seus desfiles, era quase uma obrigação passar em frente às casas delas, localizadas, respectivamente, na rua da Alfândega¹¹ e no Largo de São Domingos, para cumprimentá-las e pedir a bênção. Não cumprir esse rito era, praticamente, não ter saído no carnaval (COSTA, 2001, p. 70). A preocupação dos organizadores ia para além do trajeto, era preciso garantir a qualidade musical, marca da folia dos ranchos. Para isso, muitos dos seus cantores eram tenores porque tinham que garantir a execução da canção sem qualquer auxílio de microfones ou outro amplificador vocal. Seus desfiles não tinham carros alegóricos, passando no chão, na direção do olhar de quem prestigiava a apresentação.

O Ameno Resedá fora o rancho mais conhecido de que temos notícia. Criado em 1907, ele estreou no carnaval de 1908. Já no seu primeiro desfile, provocou uma mudança significativa no padrão que se tinha até então. Saiu com 20 músicos, um coral bem afinado e luxuosas fantasias para compor o enredo “Corte Egípciana” (SOIHET, 2008, p. 118). Em 1911, a *Gazeta de Notícias*, entusiasta desse rancho, exaltou a criação de um jornal da agremiação e reproduziu a publicação da história de como o Resedá fora fundado.

No recanto mais ameno da ilha de Paquetá, ao esmaecer de uma tarde sublime, um bando de moçoilas cheias de gracilidade, e de rapazes chibantes, solenizavam com toda a pompa agreste – suculentíssimo convescote.

[...]

Agrupados, sob a copa folhuda de vestuta mangueira, fruía as delícias de cheirosos cigarrilhos, o Antenor de Oliveira, Mario Cardoso, Pedro Paulo e o Mascarenhas e outros, cujos nomes não vos vem a memória; [...]

O Mario Cardoso, depois de meditar, com os olhos fitos em um espesso sabugueiro engrinaldado de flores, alvas e aromosas – externou o desejo de fundar-se um grêmio carnavalesco, cheio de originalidade, diferentes dos grupos barulhentos de batuque e berreiro.

Um grêmio onde a beleza e elegância das vestes se harmonizasse com a sublimidade de cantares impecáveis, cuja música fosse da lavra de verdadeiros musicistas.

¹⁰ Nas palavras de Roberto Moura (1995, p. 92), as tias baianas eram “os grandes esteios da comunidade negra, responsáveis pela nova geração que nascia carioca, pelas frentes do trabalho comunal, pela religião, rainhas negras de um Rio de Janeiro chamado por Heitor dos Prazeres de ‘Pequena África’ [...]”. Ainda segundo Moura (1995, p. 88), tia Bebiana é uma figura central na primeira fase dos ranchos. Ela guardava em sua casa da Lapinha, uma espécie de presépio, que os cortejos faziam questão de evoluir em frente no dia de Reis. Mais adiante neste mesmo capítulo, falaremos mais sobre tia Ciata.

¹¹ Posteriormente, tia Ciata se muda para a Praça Onze, onde morou até a sua morte, em 1924.

[...]

Vindo à baila qual o nome mais próprio para o novel “rancho”, lembraram o aroma rescendente dos sabugueiros em flor.

Depois de alguns debates preferiram uma flor cujo perfume fosse o mais “ameno”.

- É o “resedá”!

[...]

Eis como, em uma tarde poética de 17 de fevereiro de 1907, foi originado “O Ameno Resedá”, hoje um baluarte da graça e da estética carnavalesca (GAZETA DE NOTÍCIAS, 26 fev. 1911, p. 5).

O Ameno Resedá teve seu máximo reconhecimento no carnaval de 1911, quando se exibiu nos jardins do Palácio Guanabara a pedido do então presidente Hermes da Fonseca, o qual queria conhecer o tão famoso rancho. Na plateia, além do mandatário e de sua esposa, Orsina da Fonseca, estavam ministros, diplomatas e convidados especiais (COSTA, 2001, p. 71-72). O evento pode ser visto como o momento de consolidação dessa manifestação carnavalesca. Inclusive, nota-se que, desse momento em diante, eles conseguiram ganhar mais espaço de divulgação na imprensa em comparação às grandes sociedades a tal ponto de ter sido criado um dia para seu desfile durante a folia carnavalesca, a partir de 1920, quando se estabeleceu o “dia dos ranchos”.

A importância do Resedá na transformação do carnaval carioca do período era visível nas notícias publicadas sobre ele. Em 1920, a *Gazeta* anunciava: “O ‘Ameno Resedá’, o querido rancho que foi remodelador do carnaval carioca, apresentando artísticos e luxuosos cortejos, e mais, apresentando modelares conjuntos musicais, fará hoje a sua primeira saída” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 15 fev. 1920, p. 1). Na sequência, vieram descritos o estandarte, o itinerário e os detalhes de todo o préstito que, naquele ano, homenageava os seus carnavais passados, com o nome de “A tradição do Carnaval”. Outros ranchos também foram noticiados naquela edição, como os Caçadores do Deserto, o Yayá Formosa, Ideal das Camponesas e o Filhos da Pátria.

O Resedá teve fim no ano de 1941 e, durante sua existência, promoveu uma revolução no carnaval carioca por ter conseguido organizar e harmonizar o que, para Haroldo Costa (2001, p. 73), constituía-se como “os antigos cordões barulhentos”. Obviamente, não só o Ameno Resedá, mas também os demais ranchos cumpriram essa função de mostrar que

[...] o modelo interpretativo ‘de duas camadas’ (cultura popular/folclore versus cultura de elite) está unanimemente superado, e mesmo estudiosos e pesquisadores que se veem filiados à tradição romântica, são unânimes em afirmar que tanto as culturas do “povo” e as culturas das elites são variadas, como a fronteira entre elas é imprecisa e permeável. Por isso mesmo a atenção analítica deve se concentrar não na oposição

mas na interação existente entre níveis e circuitos culturais distintos (CAVALCANTI, 2002).

No carnaval do Rio de Janeiro, os ranchos foram representativos da dinâmica de interação entre grupos sociais uma vez que, apesar de serem originários das camadas populares, eles conseguiram, através de diferenciais como a ordenação dos seus desfiles e a harmonização musical, atrair o interesse da própria imprensa carioca, que passou a divulgar amplamente suas programações, confirmando o caráter “civilizado” dessa expressão carnavalesca. Esse lugar conquistado pelos ranchos decorreu de um longo processo, no qual seus próprios integrantes, apesar das transformações do modelo, mantiveram a essência da expressão carnavalesca que consistia na ligação com práticas das camadas populares.

Enquanto as grandes sociedades entraram em decadência com a ascensão dos ranchos, estes tiveram o mesmo desfecho em decorrência do paulatino protagonismo das escolas de samba, na década de 1930. Guardadas as diferenciações entre eles, seus elementos em comum, como o uso dos enredos, as fantasias e os carros alegóricos são a base do atual consagrado carnaval do Rio de Janeiro. Este caracteriza-se pela mistura de características europeias e das camadas populares que, a partir das suas transformações e adequações à modernização em construção na então capital federal brasileira, resultou em um traço fundamental dessa cultura.

1.3 Territorialidades e disputas sociais no carnaval carioca

Ao mesmo tempo em que os festejos de Momo se difundem entre os diferentes grupos sociais, a folia torna-se também uma referência cultural importante para a construção da identidade nacional. Ao observarmos as já mencionadas manifestações carnavalescas que tivemos ao longo dos anos, percebemos, com mais facilidade, os elementos de distinção que foram implementados e que caracterizam cada uma delas. Para tal, recorreremos novamente a Pierre Bourdieu, entendendo o que ele chamou de *habitus* de determinado grupo social:

O *habitus* é, com efeito, *princípio gerador* de práticas objetivamente classificáveis e, ao mesmo tempo, *sistema de classificação* (*principium divisionis*) de tais práticas. Na relação entre as duas capacidades que definem o *habitus*, ou seja, capacidade de produzir práticas e obras classificáveis, além da capacidade de diferenciar e de apreciar essas práticas e esses produtos (gosto), é que se constitui o mundo social representado, ou seja, o *espaço dos estilos de vida*. (grifos do autor) (BOURDIEU, 2017, p. 162).

Com a definição do *habitus* de cada grupo são determinados os elementos de distinção dele em relação aos demais, estabelecendo-se um conjunto de práticas sociais comuns que são

partilhadas pelos seus membros. “O princípio de divisão em classes lógicas que organiza a percepção do mundo social é, por sua vez, o produto da incorporação da divisão em classes sociais” (BOURDIEU, 2017, p. 164). Ou seja, ao mesmo tempo em que as classes sociais são formadas a partir de valores e gostos comuns, a aceitação desse sistema simbólico ajuda a consolidar essa mesma divisão, criando uma identidade para esse grupo. “A identidade social define-se e afirma-se na diferença” (BOURDIEU, 2017, p. 164).

A observação da identidade de cada classe social permite-nos perceber que o *habitus* funciona como um “princípio unificador e gerador de todas as práticas”, atrelando a elas o conjunto de objetos que cerca os membros do grupo (BOURDIEU, 2017, p. 165). Entendemos com isso que, segundo o sociólogo, os integrantes de uma mesma classe devem ter inseridos, em suas realidades, determinados artefatos materiais e práticas sociais sejam esportivas, culturais, linguísticas, profissionais, que são vistas como signos de distinção do seu grupo.

O gosto, a propensão e aptidão para a apropriação – material e/ou simbólica – de determinada classe de objetos ou de práticas classificadas e classificantes é a fórmula geradora que se encontra na origem do estilo de vida, conjunto unitário de preferências distintas que exprimem, na lógica específica de cada um dos subespaços simbólicos – mobiliário, vestuário, linguagem ou *hexis* corporal – a mesma intenção expressiva (BOURDIEU, 2017, p. 165).

Todo esse sistema simbólico explicado por Bourdieu pode ser observado nas manifestações carnavalescas do Rio de Janeiro. Enquanto as camadas populares brincavam nos cordões, a elite tinha, no corso e nas batalhas de confete, seu cenário de diversão. Mas, essa oposição entre as classes não era fixa ou intransponível. Mesmo pelo olhar de Bourdieu (2017), havia o estabelecimento de situações de aproximação entre os grupos sociais, como no consumo alimentar (p. 168-169) e no aspecto cultural (p. 527). Essa proximidade, apesar de se estabelecer, não significa que a maneira como se consumia o alimento ou a cultura dava-se de forma semelhante, uma vez que cada grupo social aplicava seus próprios valores.

Em nossa análise, vemos essa aproximação em situações tais como: em fins do século XIX, a apropriação do zé-pereira, criação popular, aos festejos da elite, “perdendo a exclusividade de sua imagem popular: transforma-se-iam (...) em símbolos de uma folia irmanadora, independente das classes, etnias e demais desigualdades e diferenças sociais” (CUNHA, 2002, p. 376). Contudo, mais do que pensar propriamente no diferencial existente entre as manifestações carnavalescas, vale observar a ocupação do espaço geográfico da cidade pelos diferentes grupos sociais durante os festejos.

Apesar de ser uma festa da qual participam variadas classes sociais, desde as primeiras décadas do século XX, no Rio de Janeiro, os espaços geográficos da folia pareciam delimitados.

Enquanto o local consagrado pela elite era o centro reformado e modernizado, onde fora construída a Avenida Central, símbolo desse novo momento que se pretendia para a cidade, o carnaval popular encontrou seu espaço de difusão na Praça Onze, que se tornou uma espécie de “segundo polo da festa carnavalesca” (FERREIRA, 2005, p. 152).

Nas palavras de Mônica Velloso (1990), no Rio de Janeiro daquele período, as realidades de tão distintas que eram, tornavam-se quase incompatíveis. Ao passo que tínhamos uma “Europa Possível”, figurada na parte reformada, também havia uma “Pequena África” ou “África Mirim”, como Heitor dos Prazeres¹² chamou, formada no trecho entre o cais do porto e a Cidade Nova, nas proximidades da Praça Onze. Essa divisão pode ser analisada a partir da noção de espaço desenvolvida por Pierre Bourdieu já que, para ele, o espaço é um

[...] conjunto de posições distintas e coexistentes, exteriores umas às outras, definidas umas em relação às outras por sua *exterioridade mútua* e por relações de proximidade, de vizinhança ou de distanciamento e, também, por relações de ordem, como acima, abaixo e *entre*. (grifos do autor) (BOURDIEU, 1996, p. 18-19)

Com a determinação do espaço físico para cada grupo, devemos nos voltar para entender o que ele representa socialmente. Segundo Bourdieu (1996, p. 19), há dois princípios de diferenciação eficientes para o estabelecimento dos espaços sociais: o capital econômico e o capital cultural. A acumulação desses dois tipos de capital é um fator de oposição em relação àqueles que não os têm, ajudando a estabelecer, assim, quem está inserido em cada espaço social, quem compartilha do mesmo *habitus* – “esse princípio gerador e unificador que retraduz as características intrínsecas e relacionais de uma posição em um estilo de vida unívoco, isto é, em um conjunto unívoco de escolhas de pessoas, de bens, de práticas” (BOURDIEU, 1996, p. 21-22).

O *habitus* revela distinções entre grupos sociais, por meio da determinação de seus costumes, gostos, valores e práticas que acabam formando um sistema simbólico compartilhado por participantes daquele grupo (BOURDIEU, 1996, p. 22-23). Isso não quer dizer que todos os integrantes do grupo precisam, necessariamente, adotar as mesmas práticas, até porque esse nível de homogeneização não seria possível. Há um sistema de classificação que distingue e agrupa “os agentes que mais se pareçam entre si e que sejam tão diferentes quanto possível dos integrantes de outras classes, vizinhas ou distantes” (BOURDIEU, 1996, p. 24).

¹² Heitor do Prazeres foi um compositor e pintor carioca, que nasceu em 1898. Sobrinho de Hilário Jovino Ferreira, considerado por muitos pesquisadores como pioneiro nos ranchos, frequentava as rodas de samba na casa de tia Ciata.

Se pensarmos dentro dessa lógica, vemos isso na realidade aqui abordada. Os moradores da Praça Onze formam uma multiplicidade cultural. Em sua composição podíamos ver pessoas negras baianas, islâmicas em sua maioria, outras nordestinas, imigrantes de origem portuguesa, espanhola e latina. Essa comunidade acabou adotando as práticas dos baianos que habitavam esse local e estavam em maior número, conseguindo se impor aos demais (VELLOSO, 2014, p. 22). Nesse sentido, podemos dizer que os habitantes da Praça Onze passaram a compartilhar entre si um sistema simbólico que fora criado a partir da predominância de um grupo específico e que os distinguiu dos frequentadores da Avenida Central.

Isso não significa dizer que esses grupos se mantinham completamente apartados uns dos outros. As aproximações aconteciam e as características se misturavam. “Apesar do seu caráter fugaz, o carnaval garante a persistência das manifestações culturais populares, assim como sua difusão e entrelaçamento com a cultura dominante, constituindo a circularidade cultural” (SOIHET, 2008, p. 63). A Avenida Central, que seria, preferencialmente, o lugar do carnaval dos grupos sociais de elite, como veremos adiante, vai ser ocupada também por segmentos populares e a “indesejada mistura de classe era(m) uma realidade, não obstante o empenho envolvido” (SOIHET, 2008, p. 70).

A circularidade de culturas, que desenvolve Rachel Soihet (2008), vai ao encontro das ideias de Néstor Canclini sobre a mesma temática. O autor considera que o popular não é monopólio das camadas populares, mas que “é constituído por processos híbridos e complexos, usando como signos de identificação elementos procedentes de diversas classes e nações” (CANCLINI, 2019, p. 220-221). A ideia de popular aqui não é apresentada como algo imaculado ou genuíno de determinado grupo social, mas sim formado a partir de influências distintas de uma comunidade ou mesmo de outros países.

Por mais que as sociedades vivam um processo constante de modernização, isso não significa que ele prescindia da extinção das tradições populares. Elas também se reelaboram e se reestruturam, assim como as classes populares adaptam seus saberes e hábitos para se integrarem a essa modernidade, ainda que de formas não convencionais. Se pensarmos no caso do carnaval carioca, a constituição dos ranchos pode ser compreendida como uma reelaboração de elementos da cultura das classes populares ao momento de transformação da cidade.

Os cruzamentos culturais levam a uma reestruturação profunda das relações entre tradicional e moderno, popular e culto, local e estrangeiro (CANCLINI, 2019, p. 239-241). Não existe, portanto, uma espécie de invólucro que envolva as tradições populares, mantendo-as imutáveis e longe de quaisquer influências. Ao contrário disso, a manutenção delas, ainda que

com novas nuances, depende da capacidade de se reinventarem diante do cenário que se estabeleceu.

Pensando no carnaval carioca no período de modernização do Rio de Janeiro, vimos que o contato entre as diferentes manifestações do festejo, que traduziam traços culturais particulares do grupo social predominante de cada expressão, fez surgir uma prática que fará parte da nossa identidade cultural. Isso não significa que cessou a disputa pelo modelo preponderante de festa entre os segmentos sociais. Nas primeiras décadas do século XX, coube aos ranchos esse papel. Já a partir dos anos 1930, as escolas de samba assumiram, gradativamente, o lugar de principal atração do carnaval carioca, trazendo, em sua base, influências de grupos sociais heterogêneos.

Ao mesmo tempo, por mais que no cotidiano de qualquer sociedade se tenha a troca entre elementos culturais próprios de cada classe social, há, naturalmente, a imposição de uma hierarquia dos valores que vão prevalecer em detrimento de outros que se mantêm com menos força. No carnaval, a despeito disso, a relação entre as classes se estabelece de forma mais livre, menos radical e, por consequência, mesmo não eliminando as desigualdades, consegue-se subverter a ordem tradicional naqueles dias de folia, uma vez que rapidamente, com o fim desse período, retorna-se à organização social hegemônica. (CANCLINI, 2019, p. 221-222). Em meio a essa inversão social que é vivenciada durante a celebração a Momo, podemos dizer que os valores das camadas populares, ainda que travestidos pela influência da elite, acabam se impondo durante essa festa.

Mônica Velloso (2004, p. 29) analisa o espaço urbano do Rio de Janeiro durante o carnaval e salienta a reterritorialização que ocorre durante os dias de folia. Os moradores dos subúrbios ocupam o centro da cidade, ostentando, com orgulho, símbolos do seu lugar de origem. Os estandartes dos cordões apontavam na entrada das ruas como se estivessem anunciando a sua chegada. “A própria nomenclatura dos cordões denota o quanto era significativa essa luta pela conquista do espaço: ‘Pés espalhados’, ‘Rompe e Rasga’, ‘Triunfo das ondas do mar’” (VELLOSO, 2004, p. 28).

Essa ocupação dos cordões no centro da cidade não era vista com bons olhos pelas autoridades políticas. Contudo, eles sabiam que era impossível evitá-la, uma vez que não conseguiriam impedir o deslocamento das pessoas, ainda mais nos dias da festa tão esperada durante o ano. Por isso, se cercavam de cuidados o quanto podiam, como podemos ver pela publicação das instruções do chefe de polícia para as delegacias auxiliares sobre como proceder durante o tríduo carnavalesco. Dentre os 38 itens listados, quatro se referiam diretamente aos cordões de forma bastante objetiva:

[...]

3º: Cassar, incontinentemente, a licença dos grupos ou cordões que alterarem a ordem pública, detendo os desordeiros, para os fazer processar na forma da lei.

[...]

5º: Revistar a saída da respectiva sede os indivíduos que façam parte dos grupos ou cordões, verificando se trazem consigo armas proibidas e, em caso afirmativo, prender os contraventores que deverão ser processados nos termos do art. 377, do Código Penal.

[...]

22º - Evitar encontro de cordões e grupos carnavalescos, obrigando-os a obedecer as ruas de subida e descida;

[...]

28º - Proibir terminantemente o uso de apitos pelos grupos e cordões ou pessoas avulsas, evitando confusões possíveis de socorro, feitas do mesmo modo. (GAZETA DE NOTÍCIAS, 09 fev. 1926, p. 4)

Na mesma publicação, havia outras regras que estabeleciam o que era ou não permitido durante a folia. Muitas delas falavam sobre padrões de comportamento, como a proibição de foliões cantarem músicas obscenas ou mesmo de entoarem o hino nacional, da independência e da República, já que tal atitude era vista como desrespeito à nação. Contudo, não notamos menção de caráter negativo sobre outras manifestações carnavalescas. Em relação ao curso, a exigência era que os carros apenas pudessem adentrar na Avenida Central, vindos da Rua Acre ou da Avenida Beira-Mar. Caso decidissem sair antes do final do cortejo, aqueles, que transitassem próximos ao meio-fio, poderiam entrar em qualquer rua que não fosse contramão. Além disso, em outro item, encontramos a preocupação com a distância entre os carros durante o desfile.

Percebemos, com isso, o tratamento diferenciado entre os cordões, notadamente uma prática das camadas mais pobres da sociedade, e o curso, uma manifestação carnavalesca de elite. A divulgação prévia de regras que deveriam ser observadas durante os dias de festa evidencia a consciência das autoridades sobre essa mistura de espaços sociais que ocorria no período. Isso não acontecia por acaso, apenas com a inocente pretensão de se organizar a folia para que todos possam curtir. O seu sentido é muito mais profundo porque implicava disputas de uma geografia social e, inclusive, de modelos dominantes do evento.

O carnaval não é, portanto, apenas uma festa despreziosa. Ele traz consigo questões mais profundas e significativas da nossa sociedade, sendo uma delas luta pela conquista do espaço urbano. Mas, ainda assim, não perde aquilo que Bakhtin (2010, p. 191) considera o fator

comum a qualquer manifestação carnavalesca, ou seja, ele mantém constante a sua relação com o tempo alegre que, em outras palavras, é o seu caráter folião. Ainda assim, os festejos momísticos também são palcos de disputas entre grupos sociais, seja por espaço físico ou por domínio do modelo preponderante de festa.

1.3.1 A Praça Onze

A Praça Onze recebeu esse nome para homenagear a vitória do Brasil na batalha do Riachuelo, na Guerra do Paraguai, em 11 de junho de 1865. Historicamente, era uma região pantanosa e ficara desabitada por anos. Com a chegada da família real portuguesa ao país, na primeira década do século XIX, o lugar ganhou mais atenção. Algumas vias foram pavimentadas e foi criado o Largo do Rossio Pequeno, aumentando a circulação e fixação de habitantes.

Em 1842, a instalação de um chafariz melhorou o acesso à água e atraiu mais moradores. No entanto, por ser um local de mangue, fez com que pessoas das classes mais abastadas deixassem os casarões que construíram e procurassem outras opções para moradia, por medo da difusão de epidemias. Na segunda metade do XIX, a chegada de fábricas e de pequenos comércios gerou crescimento populacional e fez com que esse grupo social se mantivesse ainda mais distante.

Durante as reformas urbanísticas realizadas por Pereira Passos no centro do Rio de Janeiro, nos primeiros anos do século XX, a comunidade baiana de descendência africana que habitualmente se instalava no bairro da Saúde fora obrigada a se deslocar para o que se conhece hoje como Cidade Nova, nas imediações da Praça Onze. Essa população ocupou os casarões abandonados, transformando-os em cortiços e habitações coletivas, uma vez que estes foram, em boa parte, preservados durante as obras de Passos (NETO, 2017, p. 105-106). Foi a partir desse espaço, que essas pessoas passaram a reelaborar suas práticas culturais para adequá-las àquela realidade na qual estavam inseridos.

Os migrantes baianos viam o Rio de Janeiro como possibilidade de melhorar suas condições de vida e se direcionavam para a Cidade Nova por ser um espaço com tradições culturais semelhantes, o que trazia algum conforto emocional. Em muitos casos, criavam-se laços de amizade e teciam uma rede de ajuda mútua e proteção, que deixava um pouco menos árdua a vida longe dos familiares. Para Muniz Sodré (1998, p.16-17), esse deslocamento territorial fez dali um ponto de convergência das forças de socialização das pessoas negras que

foi fortalecido quando, posteriormente, a população que habitava os morros, como o da Mangueira e do Estácio, também passou a frequentar a Praça Onze.

A “filiação étnica”, caracterizada pelos valores em comum, superava a necessidade dos laços consanguíneos. A proximidade entre pessoas de mesma origem permitia que eles tentassem, em certa medida, recriar seus costumes e preservar suas tradições, configurando um ambiente familiar. Os ofícios eram ensinados aos mais jovens e ser conterrâneo era um atributo indispensável para tal, mantendo naquele grupo esse legado. Com a expansão familiar, muitas mulheres, como avós, tias e madrinhas, ocuparam espaços significativos na criação das crianças cujos pais, possivelmente, estavam trabalhando para prover seu sustento. Essas mulheres eram respeitadas em sua autoridade, mas também eram elos de afeto para muitos desses pequenos, que passaram a chamá-las de “tias”, expressando a relação de proximidade e sociabilidade que estabeleciam com elas (VELLOSO, 1990, p. 213).

A região da Praça Onze era habitada por capoeiras, operários, músicos, compositores e dançarinos dos blocos e ranchos carnavalescos, praticantes do candomblé e de outros cultos islâmicos, ex-escravizados, excluídos, judeus de várias partes do mundo e imigrantes europeus (MOURA, 1995, p. 57-58). Aos poucos, como já mencionamos, o grupo dos negros baianos tomou a liderança do lugar, imprimindo nele sua identidade. Uma das pessoas que se instalara na região nos primeiros anos do século XX, depois de morar em outros endereços na cidade, mais precisamente na Visconde de Itaúna, foi tia Ciata, apelido pelo qual ficou conhecida Hilária Batista de Almeida, uma baiana que chegara ao Rio de Janeiro aos 22 anos e acabara se tornando um dos nomes-referência do samba na carioca (MOURA, 1995, p. 95).

Sua casa térrea, com uma espaçosa sala de visitas, passou a ser ponto de reunião de chorões, partideiros e carnavalescos, todos com um perfil bem diferente do que se via na Avenida Central (ARAÚJO, 2000, p. 143). Na cozinha, a comida da Bahia imperava – tachos de doce, panelas de vatapá, moqueca e acarajé – e era vendida nas ruas com as vestimentas tradicionais de baiana, colares e pulseiras, mostrando a forte ligação com a esfera religiosa. Mãe-de-santo, seu terreiro funcionava no final da casa, em um quintal de terra batida no qual aconteciam os rituais religiosos. Ali, também, formavam-se as rodas de batuque, com pandeiro, tamborim, agogô, surdo, ou, na ausência de instrumentos, os presentes usavam pratos de louça, panelas, raladores, latas e caixas para marcar o ritmo (MOURA, 1995, p. 102). As rodas de samba aconteciam no fundo das casas porque, à época, eram proibidas pela polícia e, como muitas pessoas denunciavam, os sambistas corriam o risco de serem presos.

A casa de tia Ciata, na Praça Onze, era o local aonde músicos iam e vinham com frequência, e, assim, acabou se transformando no espaço privilegiado do samba, ritmo que se

tornou o símbolo do carnaval. Mais do que isso, essa casa simbolizava uma forma de resistência musical do negro contra a marginalização que sofria desde que se consolidou a abolição (SODRÉ, 1998, p. 15). Entretanto, toda essa região foi se tornando palco do “pequeno carnaval”. Já nas proximidades dos dias de folia, as expressões carnavalescas populares ocupavam as ruas sem muitas regras ou organização, como no caso dos blocos e dos cordões, para seus integrantes brincarem em homenagem a Momo. Os ranchos populares faziam seus ensaios e, durante os desfiles, como mencionamos anteriormente, faziam uma parada obrigatória em frente à casa da tia Ciata para pedir sua bênção, tamanha a sua importância para aquela sociedade.

Eneida de Moraes ressalta a versão de Almirante¹³ para explicar o porquê de a Praça Onze ter se tornado primordial para o carnaval carioca:

Lá estavam a Kananga do Japão, os Paladinos da Cidade Nova e o Rancho Rosa Branca da Tia Assiata, figura que passou à história do Rio de Janeiro através da pena do seu cronista máximo, João do Rio, e é duas vezes citada por Manuel Bandeira. Naturalmente, esses clubes e blocos, saindo para as ruas durante o carnaval, vinham para a praça mais próxima de suas sedes: a Praça Onze. Depois, para o pessoal que descia da favela, o ponto mais acessível era ainda a Praça. A aglomeração cresceu, a Praça Onze foi a sede, o berço, a mãe protetora – como outrora a Avenida – de um novo tipo de carnaval: o carnaval do povo, das favelas, o carnaval do morro, o carnaval do samba (MORAES, 1987, p. 98).

A sua importância para o samba é tanta, que a Praça Onze fora imortalizada em algumas canções que a exaltavam. Herivelto Martins e Grande Otelo¹⁴, por exemplo, compuseram uma música, lançada no carnaval de 1941, para homenageá-la, quando na ocasião da sua demolição para a construção da Avenida Presidente Vargas, durante o Estado Novo, que dizia: “vão acabar com a Praça Onze, não vai haver mais samba, não vai, choram os tamborins, chora o morro inteiro...”.

Bruno Carvalho (2019, p. 252) destaca um ponto interessante da destruição do local que ficou conhecido como “berço do samba” no que ele chamou de “cartografia cultural da cidade”. Foi durante o governo Vargas que o samba passou a ser tratado como música nacional e utilizado como forma de unificar nossa sociedade justamente por ter penetrado em meio às elites. Mas, é durante o mesmo período varguista, que a Praça Onze é “raspada” da geografia

¹³ Almirante é o apelido pelo qual ficou conhecido Henrique Foréis Domingues, compositor e cantor carioca, nascido em 1908, que se destacou por sua atuação na Rádio Tupi e na Rádio Nacional.

¹⁴ Herivelto Martins foi cantor e compositor, que se mudou de Paulo de Frontin, onde nasceu em 1912, para a cidade do Rio de Janeiro, em 1930. Logo se aproximou de sambistas e fez carreira na área. Grande Otelo foi como ficou conhecido Sebastião Bernardes de Souza Prata. Ele nasceu em Uberlândia, Minas Gerais, em 1915. Fez a carreira no teatro de revista, rádio, cinema, televisão e, como compositor, dedicou-se, principalmente, ao samba.

da cidade, desconsiderando-se o fato dela ter sido o marco inicial da criação desse ritmo musical, naquele momento, tão valorizado pelo governo brasileiro.

Se na Praça Onze, como vimos, predominava a prática carnavalesca das camadas populares, os grupos de elite também tinham um local selecionado para sua folia – o centro da cidade. A Rua do Ouvidor e a Avenida Central foram escolhidas pelos membros dessa classe social para abrigarem seus festejos, por mais que ali eles não conseguissem transformar o espaço em um reduto exclusivo do seu carnaval.

1.3.2 A Rua do Ouvidor e a Avenida Central

O carnaval das camadas mais abastadas da sociedade encontrava seu espaço primordial de atuação, inicialmente, na Rua do Ouvidor. Com a construção da Avenida Central, a folia da elite fora transferida para esta, que passou a ser o símbolo da modernidade e civilidade no Rio de Janeiro. Aquela rua começou a se diferenciar dos demais logradouros da cidade, após a chegada da família real portuguesa ao Brasil e a abertura dos portos às nações amigas, ambos em 1808. Com isso, houve um considerável aumento no número de comerciantes, além da enxurrada de produtos ingleses e franceses como tecidos de seda, joias, perfumes, roupas da moda europeia e chapéus (GERSON, 2000, p. 43).

Esse contexto gerou a crescente migração de comerciantes, modistas, cabeleireiros, doceiros para o Rio de Janeiro que, então, passaram a expor seus produtos para conseguir alavancar as vendas. Muitos deles optaram por abrir seus negócios na Rua do Ouvidor.

E desde aí uma outra vida principiou para a rua do Ouvidor, sempre de mistura, porém, com a antiga representada pelo seu precário calçamento de alvenaria, suas águas empoçadas, sua pobre iluminação a azeite de peixe, com os carros de bois a percorrê-la lentamente (GERSON, 2000, p. 43).

Com o passar do tempo, a rua foi se modernizando, tornando-se o “*Palais Royal* da França Antártica, onde a burguesia ia se cobrir de requintes nas lojas de nomes afrancesados” (OLIVEIRA, 2008, p. 120). O calçamento fora trocado por paralelepípedos, o horário da passagem de viaturas fora fixado e os lampiões passaram a ser a gás. Tornara-se sede de periódicos, como o *Jornal do Commercio* e o *Diário de Notícias*. A Confeitaria Pascoal, antigo ponto de encontro dos homens das letras do grupo de Bilac¹⁵ e Emílio de Menezes¹⁶, e a *Cailtau*,

¹⁵ Olavo Braz Martins dos Guimarães Bilac nasceu no Rio de Janeiro, em 1865, foi poeta e jornalista, tendo fundado periódicos como *A Rua*, *A Cigarra* e *O Meio*.

¹⁶ Emílio Nunes Correia de Menezes nasceu em Curitiba, em 1866, foi jornalista e poeta, fazendo carreira no Rio de Janeiro.

local que servia chope alemão de tonel e recebia os literatos da geração anterior de Bilac, também abriram suas portas na Ouvidor. Uma das joalherias mais populares do período, a *Gôndolo & Laboriau*, estabeleceu-se por lá, sendo também, nesse logradouro, a *Mappin & Webb*, de procedência inglesa. Destacava-se, ainda, a magazine *Notre Dame* de Paris bastante procurada pelas mulheres ansiosas em busca da moda parisiense (GERSON, 2000, p. 44-47).

A Ouvidor tornava-se, assim, um polo de atração da elite e da intelectualidade carioca, que andava por entre suas vitrines, jornais, confeitarias e cafés. Faz todo sentido, portanto, ser ela também o lugar onde esse grupo social desfilava durante o carnaval. “A rua se apresentava toda enfeitada com estandartes e flâmulas, mostrando vistosas sacadas com festões de folhas de mangueira e flores de papel, além de bandeiras coloridas dos mais diversos países, iluminando a noite com arcos a gás” (SOIHET, 2008, p. 63). A passagem dos préstitos das grandes sociedades na Rua do Ouvidor era o momento mais esperado do desfile. No entanto, por toda essa dedicação aos festejos de Momo, o logradouro recebia pessoas de todos os grupos sociais, que curtiam à sua maneira, frustrando as expectativas dos membros da elite.

Em 1908, Coelho Neto, relembando o carnaval do final do século XIX, destacou a Ouvidor como destino dos foliões carnavalescos, antes mesmo dos três dias oficiais de folia. Iniciada a festa, escrevera o autor, “as sacadas da rua do Ouvidor floriam-se com o que havia de elegante; as mesas dos hotéis e das confeitarias eram disputadas; as portas das lojas ficavam em pinhas” (SUPLEMENTO LITERÁRIO – A MANHÃ, 15 fev. 1942, p. 94). Coelho Neto destacou, ainda, que a multidão ocupava o espaço, principalmente na terça-feira, para assistir aos desfiles das grandes sociedades, quando mal se podia andar pela rua. Nos outros dias, as camadas populares também tomavam o lugar com suas próprias manifestações carnavalescas.

A Ouvidor, contudo, perdeu seu favoritismo quando a Avenida Central foi construída, tornando-se o símbolo da modernidade carioca. E o carnaval logo se apoderou desse ambiente. A largura do novo bulevar deixava tudo mais confortável, tanto para os foliões avulsos quanto para os tão esperados desfiles. A sua iluminação dava outro charme às alegorias das grandes sociedades, que se tornaram ainda mais elaboradas. Para Eneida de Moraes, foi a partir da inauguração da Avenida, no início do século XX, que os clubes carnavalescos atingiram o máximo de sua grandiosidade.

Aí sim começaram a aparecer trajando as mais diversas roupas, ora casacas cinzas e chapéu alto, ora vestons escuros e chapéus de couro, a chamada Comissão e Frente, aquela que vai colhendo e agradecendo aos aplausos do público; depois o préstito varia: ora segue-se à comissão um carro de crítica ou uma banda montada de clarins ou uma banda de música (MORAES, 1987, p. 72).

Os jornais seguiam a mesma lógica, caracterizando a Avenida Central de maneira tão elitista quanto as pessoas que por ela passavam. Em 1906, no primeiro carnaval realizado lá, podia-se ler na *Gazeta de Notícias* (25 fev. 1906, p. 5): “A Avenida, iluminada, tinha um aspecto soberbo, magnífico, banhada de uma claridade opulentamente láctea e festiva. Em pouco tempo, a multidão era enorme”. A matéria continua ressaltando aspectos dos foliões: “Aqui e acolá, grupos de moças, com toilettes claras, chapéus muito floridos pareciam toičas de flores espalhadas numa alameda de jardim. [...] E moços, simulando os conhecidos cordões, vinham gingando carnavalescamente, cantando: *Oh abre alas...*”.

Em 1920, o *Jornal do Brasil* (25 fev. 1920, p.15) anunciava duas festas que seriam realizadas na Avenida Central, com a presença de várias sociedades carnavalescas que “abrilhantariam” os eventos com seus “riquíssimos e artísticos estandartes”. A primeira seria oferecida pelo proprietário do Central Café aos cronistas carnavalescos e, a segunda, fora organizada pelos cronistas carnavalescos para o prefeito da cidade, ambas com batalhas de confete. Mas, ainda pela matéria, fica evidente que a Avenida não era espaço apenas desses grupos. Os ranchos, grupos, cordões, zé-pereiras, blocos e as pequenas sociedades também estariam presentes nesse, que seria, o ensaio para o carnaval de 1920.

No carnaval de 1931, mais uma vez o *Jornal do Brasil* evidenciou a heterogeneidade da multidão que ocupou a Avenida:

Na Avenida Rio Branco, para onde converge toda população carioca, o entusiasmo chega ao auge. É o paroxismo da alegria! É o delírio! É a suprema loucura da multidão, que não pensa e se deixa levar pelos instintos!...

[...]

Nas calçadas largas, há sambas empolgantes. Os cavaquinhos e violões gemem toadas arrebatadoras, que homens e mulheres acompanham num melhor de corpos e quebrar de quadris bamboleantes... (JORNAL DO BRASIL, 17 fev. 1931, p. 5)

O desejo nutrido pela elite de que esse espaço, portanto, fosse de uso exclusivo seu, não fora concretizado. As camadas populares fizeram-se presentes e aproveitaram as oportunidades que tinham para festejar na Avenida Central. Felipe Ferreira (2005, p. 235) explica que não coube a ela substituir por completo outros espaços tradicionais da folia carnavalesca, que continuaram a existir, mas passou a ser o espaço alternativo e mais elegante para a sua realização. “Havia a expectativa de que, nesses novos espaços disponibilizados para a folia, o carnaval sofisticado, desejado desde meados do século XIX pela burguesia, reencontraria seu lugar e o singelo confete acabaria por desbancar definitivamente as bisnagas”. Ainda segundo Ferreira, tal expectativa fora, em parte, frustrada porque esse local, apesar de uma maior

normatização da folia, também ajudou na valorização e no reconhecimento do pequeno Carnaval, ligado às camadas populares, que se divertiam em práticas como os blocos e cordões.

1.3.3 Os espaços carnavalescos e construção da modernidade

A demarcação dos dois espaços públicos durante o carnaval – a Praça Onze e a Avenida Central – demonstra como eles foram socialmente configurados, de modo a atender, com satisfação, a vontade da elite detentora do poder econômico e, conseqüentemente, político sobre os demais grupos. Pierre Bourdieu explicita a relação entre a posição social e a delimitação do espaço físico da seguinte forma:

A estrutura do espaço social se manifesta, assim, nos contextos mais diversos sob a forma de oposições espaciais, o espaço habitado (ou apropriado) funcionando como uma espécie de simbolização espontânea do espaço social. Não há espaço, em uma sociedade hierarquizada, que não seja hierarquizado e que não exprima as hierarquias e as distâncias sociais, sob uma forma (mais ou menos) deformada e, sobretudo, dissimulado pelo *efeito de naturalização* que a inscrição durável das realidades sociais no mundo natural acarreta: diferenças produzidas pela lógica histórica podem, assim, parecer surgidas da natureza das coisas (basta pensar na ideia de “fronteira natural”) (grifos do autor). (BOURDIEU, 2012, p. 160)

O caso da ocupação dos espaços físicos da cidade capital carioca, no período momesco, deixa evidente a hierarquização de que fala Bourdieu. Na visão de Hiram Araújo (2000, p. 142), foi a abertura da Avenida que possibilitou a polarização do carnaval e, conseqüentemente, dos seus limites de desenvolvimento. No “asfalto” era onde ocorria a festa da classe média e das elites, enquanto os moradores da “Saúde, Gamboa, Santo Cristo e Cidade Nova, nos subúrbios da Central e primeiras favelas – todos esses faziam o carnaval dos pés descalços da Praça Onze”. A separação atendia aos interesses dos grupos que apoiavam a construção do Rio de Janeiro moderno que, aos poucos, recebia mais turistas interessados em conhecer seu carnaval. Mostrar uma festa caracterizada pela herança africana, desorganizada, com brincadeiras “inadequadas” e “constrangedoras” aos olhos elitistas, não traria a impressão desejada pela elite e pelo Estado a esses viajantes.

A vitória na disputa simbólica do domínio sobre os locais onde as expressões carnavalescas deveriam ou não ser executadas mostrou que a alta sociedade carioca configurara o evento com suas características. Entretanto, não se trata de estabelecer uma dualidade radical e eliminadora, em que um modelo de carnaval venceu e o outro foi apagado. Mas, sim, de determinar a feição que deveria ser vendida, inclusive internacionalmente, como a típica folia carioca. As demais manifestações continuaram a existir e, embora se fizessem presente nos

espaços consagrados pelas elites, não deveriam ser o modelo de carnaval que se estabeleceria como padrão do Rio de Janeiro.

Isso porque tais práticas carnavalescas não eram vistas como “civilizadas” e, conseqüentemente, as camadas mais ricas tentavam fazer com que elas não tivessem o mesmo destaque. No processo de criação da modernização de qualquer sociedade, determina-se um padrão de conduta que deve ser seguido por seus membros, com regras e normas rigorosas para evitar as “transgressões do comportamento socialmente aceitável”, que não foram, racionalmente, planejadas, mas resultam do movimento de transformação dessa mesma sociedade (ELIAS, 1993, p. 196). Há um tipo de folia carnavalesca que se encaixa nesse formato de que fala Norbert Elias e que, de alguma maneira, deve ser estabelecido como predominante, evitando-se, o máximo possível, sua deturpação.

É nesse sentido que podemos entender o apoio dos jornais à ordenação do carnaval. Em 1922, *O Paiz* destacou que, apesar da festa gerar um certo “nivelamento social”, havia distinções entre os grupos que a promoviam. Na sequência, o autor (não identificado no texto) falou sobre as cantigas carnavalescas criadas pelos “cançonetistas perversos e canalhas que estão matando a golpes de protéria a graça natural e a espontaneidade mesma do carnaval” (O PAIZ, 27 e 28 fev. 1922, p. 3).

Segundo a publicação, pessoas se infiltravam em meio aos festejos para cantar suas canções obscenas, que eram repetidas sem pestanejar pelos foliões. A sugestão indicada pelo jornal foi uma censura a essas músicas pela polícia, para evitar tais situações, que impediam uma celebração “ordeira”. O autor terminou o texto elogiando o carnaval dos ranchos, blocos e cordões, que era de onde “se recolhe o melhor exemplo de compostura e honestidade, verificável através das suas cantigas singelas, graciosas e decentes” (O PAIZ, 27 e 28 fev. 1922, p. 3).

Ao observarmos a mesma notícia no *Correio da Manhã*, vimos que no centro da polêmica estava o desembargador Geminiano da Franca.¹⁷ O periódico fez referência à mesma situação alguns dias antes de *O Paiz*, na sexta-feira que antecedeu à folia, relatando que o mencionado magistrado tinha a presunção de evitar essas canções nas batalhas de confete

¹⁷ Geminiano da Franca nasceu na Paraíba, mas fez carreira política no Rio de Janeiro. Ocupou os cargos de juiz de direito no Distrito Federal (1906), desembargador da Corte de Apelação (1913), chefe da política do Distrito Federal (1919) e foi ministro do Supremo Tribunal Federal (1922). Em 1931, após a chegada de Getúlio Vargas ao poder, foi aposentado por decreto presidencial. *Geminiano Monteiro da Franca*. FGV-CPDOC. Disponível em: <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-biografico/geminiano-monteiro-da-franca>. Acesso em: jul/2020.

anteriores ao início do carnaval, mas, o jornal salientava que ele jamais conseguiria isso durante os dias de festa.

Segundo a publicação, os apoiadores do então candidato à presidência, Arthur Bernardes queriam impedir que seu nome fosse mencionado nas músicas e, para tal, prometiam “subvencionar grupos e cordões que não cantassem versos alusivos ao Rolinha”. Contudo, complementa o jornal, “as recusas têm sido formais, com a alegação de que os ranchos e cordões carnavalescos não são grupos políticos” (CORREIO DA MANHÃ, 24 fev. 1922, p. 4).

Rolinha era um dos apelidos de Bernardes. Dizia-se que seus opositores o chamavam assim, por ele demonstrar certa passividade diante das pendengas políticas (NETO, 2017, p. 137). As tentativas de impedir a menção ao candidato a presidente nas letras das músicas carnavalescas foram em vão. Antes mesmo do caso acima, em meados de 1921, o bloco Embaixada do Sinhô lançou a marchinha “Fala baixo” no concurso da tradicional festa da Penha com a seguinte letra:

“Quero te ouvir cantar
Vem cá, rolinha, vem cá
Vem para nos salvar
Vem cá, rolinha, vem cá
Não é assim
Não é assim
Não é assim que se maltrata uma mulher”.

A canção, além de fazer uma clara menção ao então candidato, era uma sátira ao clima político da época que acabou por cair no gosto do público, sendo entoada pelos foliões e tornando-se o maior sucesso do carnaval de 1922 (MARTINS, 2015, p. 79).

Voltando às vésperas do carnaval de 1922, outra marchinha foi lançada direcionada a Arthur Bernardes. Lira Neto (2017, p. 137) nos conta que já no título ficava clara essa referência: – “Ai, seu Mé”. Escrita por Freire Júnior e Luís Nunes Sampaio, sob o pseudônimo de Canalha das Ruas, a letra referia-se ao candidato, apelidado de “seu Mé” por seus opositores, fazendo uma alusão a um carneiro, medroso e fraco. A música e o disco foram proibidos.

“O Zé Povo quer goiabada
Campista
Rolinha, desista
Abaixe essa crista
Embora se faça uma bernarda
A cacete
Não vais ao Catete
Ai, seu Mé! Ai, seu Mé! La no Palácio das Águas, olé
Não há de pôr o pé”.

Vale salientar que o fenômeno envolvendo as letras das marchinhas carnavalescas era apenas parte de um contexto maior. O cenário político do período estava bastante conturbado, chegando a ameaçar a própria realização do carnaval daquele ano. Durante a campanha presidencial realizada no ano anterior, o *Correio da Manhã* havia publicado, no dia 9 de outubro de 1921, cartas supostamente escritas pelo então candidato a presidente Arthur Bernardes, representante das oligarquias paulista e mineira, que afrontavam as Forças Armadas e o ex-presidente do Brasil, o marechal Hermes da Fonseca.

Esse episódio aguçou os conflitos que culminaram no que se convencionou chamar de movimento tenentista, com apoio de Nilo Peçanha, candidato oposicionista e representante da Reação Republicana, que queria impedir Bernardes de concorrer e, posteriormente, de tomar posse. Ainda que se tenha descoberto que as cartas eram falsas, até efetivamente se provar o contrário, a tensão já havia se instalado no país. Além disso, os ataques a Bernardes, como no caso das marchinhas, tornaram-se constantes no período. O clima era tão tenso que Sinhô, famoso sambista, acabou sendo preso com os demais componentes do seu grupo por estar cantando “Fala Baixo” num bar no centro do Rio (NETO, 2017, p. 138).

No jornal *O Paiz*, na já mencionada edição de 27 e 28 de fevereiro, encontramos outra matéria, também não assinada, que mostrou que o apoio do periódico à modernidade não significava a defesa do conservadorismo ou do puritanismo. Ao longo do texto, novamente vimos a figura do desembargador Geminiano da Franca, que gostaria de que as mulheres usassem roupas de tecidos pesados, cobrindo os corpos de maneira que não os marcassem durante os banhos de mar, ao invés das vestimentas colantes, como acontecia, recorrentemente, nas praias da Europa e da América do Norte. O magistrado foi chamado de “legítimo representante das nossas classes ultraconservadoras – e que é tão inimigo de francesismos e modernices que nem sequer fala o francês” (O PAIZ, 27 e 28 fev. 1922, p. 4), uma clara brincadeira com seu sobrenome.

Na sequência, fazendo referência ao carnaval, o autor do texto diz que a população carioca sabia se divertir e aproveitar os prazeres da vida. “E assim é que há já alguns anos certos maridos condescendem em conduzir as esposas [...] aos bailes alegres dos clubs carnavalescos e do *High-Life*, que é nestes três dias, o mais animado e indiscutivelmente o mais bem frequentado centro de diversões” (O PAIZ, 27 e 28 fev. 1922, p. 4). Entendemos que o jornal faz questão de marcar a presença das mulheres nos bailes, justamente para valorizar o caráter moderno que estava sendo configurado no carnaval do Rio de Janeiro.

Empenhados em contribuir para a criação de uma folia mais regrada, condizente com a modernidade em construção, os jornais ocupavam suas páginas com regulamentações da polícia

para os dias de festa. Já citamos nesse capítulo, por exemplo, as regras para apresentação dos cursos que foram criadas na tentativa de manter o caráter elitista da prática. Outras normas também foram implementadas para o uso de máscaras nas ruas e formas de obtenção de licença de desfile das grandes sociedades, ranchos e blocos – e os jornais divulgavam essas informações, destacando a programação carnavalesca dos grupos devidamente autorizados.

É no sentido de observar a construção de um carnaval mais regrado e moderno que observamos, na edição do *Correio da Manhã* da sexta-feira pré-carnavalesca de 1929, um texto sobre a preocupação com a propagação da febre amarela no Rio de Janeiro. A cidade já havia controlado as epidemias da doença, mas agora, por deficiência do sistema de saúde pública, estava ameaçada por um novo surto. O autor salienta que a proximidade do carnaval tornava a situação ainda mais complicada, já que “com o carnaval há o afluxo de milhares de forasteiros ao Rio, pouco aclimatados ao nosso ambiente todo peculiar” (CORREIO DA MANHÃ, 08 fev. 1929, p. 2), ou seja, as consequências da doença poderiam ser agravadas, justamente, pelo número de visitantes que vinham à capital federal para aproveitar os dias de folia. E era importante que eles saíssem com uma boa impressão daquela festa, na qual o Rio de Janeiro estava se tornando uma referência no mundo.

Apesar das preocupações, o carnaval de 1929 aconteceu e ainda contou com a presença de turistas estrangeiros. O *Jornal do Brasil*, na matéria intitulada “Carnaval e Turismo”, anunciou a vinda do navio “Pan America”, saído de Nova York, trazendo foliões para curtir o evento no Rio de Janeiro – “o primeiro do mundo” (JORNAL DO BRASIL, 29 jan. 1929, p. 5). A matéria atribuiu esse fluxo de visitantes à efetividade da propaganda brasileira em terras norte-americanas e ao auxílio financeiro dado às grandes e pequenas sociedades; porém ressaltou que outras ações eram indispensáveis como, por exemplo, o maior ordenamento dos próprios eventos carnavalescos.

O ponto elencado foi a necessidade de realização de estudo para melhor entender o funcionamento da logística do curso, que sofria com os congestionamentos derivados do aumento do número de carros, e a instituição de concursos e prêmios para incentivar o crescimento do uso de trotes e máscaras. Argumentou-se que, quanto mais organizado, mais turistas o carnaval carioca conseguiria atrair. “Diz-se e com razão que o maior encanto do nosso Carnaval está na sua espontaneidade e ausência de programas, mas quando se trata de atrair turistas para os festejos de Momo, não é possível desprezar certas falhas, que não podem bem impressionar” (JORNAL DO BRASIL, 29 fev. 1929, p. 5).

No entanto, por mais que as elites e a imprensa, com apoio do governo, tentassem privilegiar uma manifestação específica de folia momística, o carnaval do Rio de Janeiro foi, e

ainda é, marcado pela convivência entre as diferentes expressões carnavalescas, que coexistem e se influenciam mutuamente, configurando a circularidade cultural estabelecida entre os grupos sociais.

Na análise de bakhtiniana sobre o riso na Idade Média e no Renascimento, notamos como ele vai se moldando às novas realidades, a partir do contato entre membros de universos sociais antagônicos. Isso pode ser observado quando o autor refere-se às transformações das festas populares. Ele salienta que as festas da corte – mascarados, procissões, alegorias, fogos de artifício etc. – buscavam retomar a tradição do carnaval e que o contato entre essas práticas trouxera um novo estilo para essas comemorações, resultado da sua interação (BAKHTIN, 2010, p. 88).

No carnaval do Rio de Janeiro, esse fenômeno também pode ser observado. Embora os cordões e os zé-pereiras se caracterizassem por terem nascido como expressões populares da alegria carnavalesca, eles seguiam convivendo e misturando-se aos corsos e às batalhas de confetes, ainda que, preferencialmente, ocupassem distintas territorialidades. Não obstante, além das práticas realizadas nos espaços públicos, a elite carioca conseguia determinar um reduto seletivo para sua própria festa. Ela formalizava seu carnaval nos bailes das grandes sociedades, marcados pelas normas claras de conduta e de comportamento, nos quais eram investidos valores consideráveis, o que indicava a quem ou a qual classe social aquele espaço pertencia. Retomando as ideias de Pierre Bourdieu, o capital é essencial no estabelecimento de quem participa daquele evento, sendo seu elemento determinante.

O capital permite manter à distância pessoas e coisas indesejáveis ao mesmo tempo que aproximar-se de pessoas e coisas desejáveis (por causa, entre outras coisas, de sua riqueza em capital), minimizando, assim, o gasto necessário (principalmente em tempo) para apropriar-se deles: a proximidade no espaço físico permite que a proximidade no espaço social produza todos os seus efeitos facilitando ou favorecendo a acumulação de capital social e, mais precisamente, permitindo aproveitar continuamente encontros ao mesmo tempo casuais e previsíveis que garante a frequência a lugares bem frequentados [...] (BOURDIEU, 2012, p. 164).

Enquanto tais bailes tornavam-se ambientes exclusivos da elite, ou dos possuidores de recursos materiais, as sociedades desfilavam com seus membros pelas principais vias do Rio de Janeiro e os que não eram sócios e, portanto, não participavam do baile ao final do cortejo, limitavam-se a assistir a ele. No itinerário das grandes sociedades, essa relação fica mais clara. *A Gazeta de Notícias* (15 fev. 1920, p. 4) publicou o caminho que seria percorrido pelo préstito do Democráticos na terça-feira de carnaval. O percurso iniciou-se na Praça da Bandeira, seguindo pelo *boulevard* de São Cristóvão, a Avenida do Mangue e a Praça Onze. Outros logradouros também foram percorridos antes de chegar à Avenida Rio Branco e finalizar no

“castelo”, sua sede. O desfile fez-se presente em diferentes espaços da cidade, divertindo tanto seus sócios quanto as pessoas que curtiam ao vê-lo passar. Porém, ao final, ingressava no baile um público restrito, evidenciando para qual segmento social essa prática era voltada.

Talvez os ranchos tenham sido a expressão mais intermediária entre esses dois mundos que viviam a folia carnavalesca concomitantemente. Além disso, havia a preocupação em não se filiar a uma etnia ou classe social. Os ranchos queriam ser compreendidos como um grupo composto por pessoas de níveis sociais diversos, formando uma “cultura popular urbana” (GONÇALVES, 2007, p. 244) não limitadora. A articulação entre esses diferentes grupos sociais na folia carnavalesca, aqui, pode ser interpretada como a própria essência da cultura urbana moderna em construção no Rio de Janeiro daquele período.

Os jornalistas, ansiosos para conseguirem divulgar um carnaval mais ordenado, destacavam que essa expressão carnavalesca trazia padrões de apresentação e originalidade mais civilizados que as outras práticas. Era uma novidade que vinha conquistando espaço no Rio de Janeiro. Os ranchos representavam algo que não se enquadrava no “círculo a que chamaram grandes sociedades”, nem aos “ambientes que determinadas exigências sociais tornam defesas à assistência pública”. Era uma prática popular, que formava a “alma carnavalesca das ruas”. Resultava da evolução que se iniciara no “sujo”, passando pelo “cordão barulhento e africanizado e deste para o rancho que é atualmente a última expressão do carnaval carioca” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 02 mar. 1924, p. 3).

A mesma matéria da *Gazeta* mostrou um eloquente elogio aos ranchos, enaltecendo-os como a “cara” do carnaval carioca:

O rancho se fez uma escola de bom gosto e de arte, de encanto e de fantasia. Esses préstitos recordam não quinze ou trinta dias de cenografia, mas um ano inteiro de esforço dos seus maestros no estudo e ensaio das variadas músicas, dos seus mestres de dança auxiliados pela imaginação poderosa de seus organizadores que os preparam para esse duelo de amanhã, duelo de imaginação, de graça, de fantasia e de beleza.

[...]

E o que a cidade irá ver amanhã numa competição sem igual de elegância, de luxo, de arte, graça e beleza, a desfilar donairoso pelas ruas encantando os ouvidos e deslumbrando a vista é o esforço de uma parte de sua população, esforço tão grande quanto os maiores que se têm feito para esses três dias encarnando a sua alma carnavalesca, dando uma ideia da cultura e do bom gosto das classes populares.

Evohé! Pelo carnaval dos ranchos. (GAZETA DE NOTÍCIAS, 02 mar. 1924, p. 3).

Vale destacar que, ao mesmo tempo em que percebemos esse apoio aos ranchos por parte da imprensa, observamos a dificuldade que muitos deles enfrentavam na montagem de seus desfiles. O *Jornal do Brasil* destacou as reclamações sobre o assunto para o carnaval de

1924. Em dezembro do ano anterior, o periódico relacionou os ranchos que não iriam desfilar e concluiu a matéria exaltando a necessidade de auxílio financeiro a eles, tanto pelo comércio quanto pelo governo:

E das [pequenas sociedades] que se apresentam – preciso é dizer – nem todas se mostrarão com a magnificência de outros carnavais. Os recursos escasseiam, de modo que os esforços dos diretores e associados se tornam verdadeiramente sobre-humanos.

Seria mentir a nós mesmos se viéssemos a proclamar um entusiasmo que, na realidade, não existe, tanto mais quanto há dúvidas sobre o auxílio do governo, de resto insuficiente, maximize para as pequenas sociedades.

Que o comércio e o governo se compenetrem de que é indispensável prestigiar àqueles que são o sustentáculo, a alma do nosso carnaval (JORNAL DO BRASIL, 30 dez. 1923, p. 14).

Renata de Sá Gonçalves (2007), em seu estudo sobre os ranchos, estabelece um tipo de antagonismo que, não necessariamente, envolve os grupos sociais, mas, sim, o embate entre os mascarados avulsos e os grupos. No mesmo sentido da nossa análise, a pesquisadora coloca que, independente de qual fosse a expressão carnavalesca coletiva (cordões, blocos, ranchos, sociedades), ela pode ser considerada uma espécie de “evolucionismo” quando comparada às práticas individuais. “Os foliões que saíssem ‘mascarados’ ou fantasiados pelas ruas, sem estarem necessariamente acompanhados, ‘sujavam’ um sistema moral de classificação e ordenação carnavalesca onde os grupos sociais e as associações tinham lugar privilegiado” (GONÇALVES, 2007, p. 242).

A partir dessa visão, os “sujos” destoavam ainda mais das tentativas modernizadoras pensadas para o carnaval pelo governo e pela elite carioca. Eles eram os mascarados avulsos que agiam sem sentido, de forma desordeira, no momento e no lugar que achassem melhor. Isso não significa que eles, em outros momentos, não fizessem parte de alguma agremiação, como cordões ou ranchos. Mesmo que as muitas manifestações congregassem populares desorganizados, parecia haver ali alguma normatização, mesmo não muito evidente. É o que Bakthin (2010, p. 222) define como sendo a própria organização da multidão que ocupa as ruas durante os dias de festa. Seu formato não obedece a qualquer hierarquia ou imposição, uma vez que a ordem é subvertida nos dias de folia.

Conseguimos, então, ver que, apesar das tentativas de criação de uma espécie de mapeamento dos espaços públicos destinados a cada grupo social, durante o carnaval, a cidade acabava sendo ocupada como um todo e por todos. Naturalmente, nas regiões reformadas, o próprio poder público criava uma normatização que privilegiava as elites que tinham a prioridade sobre as demais classes. Estas, por sua vez, curtiam a folia em seus espaços, mas não

se restringiam a eles. iam para a Avenida, faziam suas brincadeiras e se divertiam em meio ao festejo das camadas mais abastadas. Essa mistura de grupos sociais e manifestações, talvez, tenha sido o atrativo principal do carnaval carioca que passou, cada vez mais, a despertar a curiosidade de visitantes de outros estados e países e impulsionar as atividades turísticas, como analisaremos no próximo capítulo.

2 Turismo e carnaval no Rio de Janeiro

A Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC)¹ divulgou que o setor turístico teve um aumento de 2,2% no faturamento em 2019, o que significa um acréscimo de R\$5,1 bilhões em um total de R\$238,6 bilhões. O estado do Rio de Janeiro, especificamente, foi o segundo maior em vendas de serviços turísticos, faturando cerca de R\$25,5 bilhões, perdendo apenas para São Paulo que arrecadou cerca de R\$96,7 bilhões. Ainda que a porcentagem seja 3,8% menor que o do ano anterior, fica evidente que o turismo tem importância significativa na economia estadual, sendo fundamental um olhar mais atento para o setor.

De maneira geral, os turistas que vêm ao país – e ao Rio de Janeiro – acabam surpreendendo-se. Em pesquisa realizada, ao longo do ano de 2018, pelo Ministério do Turismo², os visitantes avaliaram positivamente a infraestrutura e os serviços turísticos brasileiros, destacando-se uma aprovação de 97,9% para hospitalidade, 96,7% para alojamento, 95,9% para gastronomia e 95,8% para restaurantes. Cerca de 87,7% dos estrangeiros que estiveram no Brasil revelaram que a viagem superou ou atendeu, plenamente, às suas expectativas, sendo que 95,4% pretendem voltar ao país. Já a maior parte dos turistas, 29,7%, segundo essa mesma fonte, vem à lazer e têm, como destino, a capital carioca. Isso nos leva a considerar que, apesar dos problemas que a cidade enfrenta, como a violência diária, ela continua a atrair visitantes.

A sua beleza natural, há algumas décadas, é conhecida por despertar o interesse de turistas, mas apenas isso não é suficiente para que o lugar se torne uma das principais escolhas das pessoas em períodos de lazer. Para isso, é necessário que haja opções adequadas para a recepcioná-las, como acomodações, restaurantes, divertimentos, transportes, além de uma infraestrutura condizente com a demanda do público que vem conhecer o lugar. Tendo em vista esse cenário, ao longo desse capítulo, iremos demonstrar como a cidade do Rio de Janeiro foi sendo transformada, a partir do início do século XX, a fim de se tornar cada vez mais apta a receber turistas de dentro e fora do país.

¹ Informações pesquisadas na Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo. Disponível em: <http://cnc.org.br/editorias/turismo/noticias/turismo-no-brasil-aumenta-faturamento-em-22-em-2019>. Acesso em: fev./ 2020.

² A pesquisa apresenta os resultados da Demanda Turística Internacional sobre o perfil, os hábitos e a percepção dos turistas estrangeiros que visitaram o Brasil em 2018. Cerca de 39 mil visitantes foram entrevistados. Os dados foram divulgados em junho de 2019. Disponível em: http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-54-03/demanda-tur%C3%ADstica-internacional/item/download/964_616b0e66c036db76857f828354967e04.htm. Acesso em: ago. /2019.

A principal base para essa discussão é o estudo de Marcello de Barros Tomé Machado (2008), *A modernidade no Rio de Janeiro: construção de um cenário para o turismo*, no qual ele apresenta, detalhadamente, como o Rio de Janeiro foi sendo reconfigurado desde o século XVIII, perdendo os aspectos coloniais que resistiram à sua fase imperial até se estabelecer como uma cidade moderna, consolidando-se como um destino turístico desde o início dos anos de 1930. O autor apresenta ainda uma discussão sobre como a transformação do cenário de cartão-postal fora, finalmente, criado e, com ele, o estereótipo do carioca no imaginário popular.

Isabella Perrotta (2015) com seu estudo sobre a transformação do Rio de Janeiro em cidade turística também é utilizada como bibliografia fundamental para este trabalho. Em seu livro *Promenades do Rio – A turistificação da cidade pelos guias de viagem de 1873-1939*, ela analisa os guias de viagem para perceber esse processo e escrever sobre os seus atrativos. Conforme a cidade mudava, os guias também modificavam-se. Os primeiros eram voltados para atrair e atender aos imigrantes que se destinavam ao mercado de trabalho; enquanto os últimos destacavam a modernização do Rio, sendo que, curiosamente, apenas na década de 1920, passaram a exaltar a sua beleza natural.

Corroborando com nossa ideia de que os anos 1920 são um período decisivo, tanto para a modernização da então capital federal quanto para o turismo no Brasil, vemos na Exposição Internacional em comemoração ao Centenário da Independência, realizada em 1922, um dos pontos de partida para, efetivamente, falarmos desse setor no país. A realização do evento trouxe para a cidade visitantes internacionais para participarem dos pavilhões dos seus países de origem, além de prestigiarem a Exposição. No ano seguinte, muito em decorrência do fluxo de estrangeiros que estiveram presentes e objetivando implementar a atividade turística, foi criada a Sociedade Brasileira de Turismo (SBT), primeira entidade voltada, exclusivamente, para o estímulo e desenvolvimento da área.

Em paralelo à estruturação do turismo no país, o carnaval também foi se transformando e se consolidando como uma festa de caráter nacional. Como vimos no capítulo anterior, as práticas carnavalescas multiplicavam-se, trazendo mais foliões de outros estados e países para curtir os dias de Momo na cidade, tornando-se, assim, um importante impulsionador do turismo local. São muitos os autores que focaram seus estudos no carnaval do Rio de Janeiro³, entre eles, utilizamos neste capítulo como uma das principais referências o *Livro de Ouro do*

³ Ao longo desta tese utilizaremos muitos desses autores como Eneida de Moraes (*História do carnaval carioca*); Walnice Galvão (*Ao som do samba – uma leitura do Carnaval carioca*); Leonardo Affonso de Miranda Pereira (*O carnaval das letras – Literatura e folia no Rio de Janeiro do século XIX*); Rachel Soihet (*A subversão pelo riso - estudos sobre o carnaval carioca da Belle Époque ao tempo de Vargas*), Maria Clementina Pereira Cunha (*Ecos da folia: uma história social do carnaval carioca entre 1880 e 1920*), entre outros.

Carnaval Brasileiro, de Felipe Ferreira (2004), no qual desenvolve uma pesquisa desde as primeiras manifestações carnavalescas no mundo, passando por suas modificações ao longo do tempo até os atuais desfiles das escolas de samba consagrados no Rio de Janeiro.

A relação entre o fomento do turismo e o estabelecimento do carnaval como um dos fatores propulsores da área é o principal objetivo deste capítulo. Ela será observada através dos jornais do período, primordialmente, na *Gazeta de Notícias*, entre os anos de 1922, data da mencionada Exposição, e 1932, quando a organização do carnaval se tornou responsabilidade do governo, ratificando, que as próprias autoridades políticas já percebiam a importância econômica e cultural dessa festa para o país e, por isso, entre outros fatores, passaram a cuidar diretamente do evento.

2.1 As primeiras ações no Rio de Janeiro voltadas aos visitantes

Para analisar como se deu o processo do Rio de Janeiro se tornar um dos principais locais escolhidos como destino turístico, é importante contextualizar o início da transformação estética e urbanística da cidade até se estabelecer como tal. Então, antes de podermos falar na existência de atividades turísticas organizadas, a capital carioca já recebia visitantes movidos pelo interesse em conhecer seus atributos naturais pois, até meados do século XIX, a maior parte daqueles que chegavam à cidade eram estudiosos e artistas, além de pessoas motivadas pelas obras literárias produzidas por esses primeiros, onde sua beleza era ressaltada (MACHADO, 2008, p. 36). As condições para recepção dos viajantes eram ínfimas, não havia infraestrutura adequada de estadia ou algo que se assemelhasse a um serviço voltado a atender as suas necessidades.

O ano de 1808 pode ser considerado um marco para o processo de transformação do Rio de Janeiro, que até então mantinha na em sua estética traços marcadamente coloniais. A vinda da família real para uma cidade com tais características foi um impulsionador para que as primeiras ações para sua adequação e remodelação fossem pensadas. É nesse sentido que o Palácio dos Vice-Reis passou a ser o Paço Real, ao qual foi anexado o convento das Carmelitas para abrigar a rainha dona Maria e o prédio do Tribunal da Relação e da cadeia, onde ficaram os criados (PERROTTA, 2011, p. 162). Já em 1813, tivemos a fundação do Teatro Real São João, inspirado no Teatro São Carlos de Lisboa, que se tornara um centro da vida cultural da corte portuguesa no Rio (ENDERS, 2015, p. 94). Outras instituições também foram criadas nesse período, como o Jardim Botânico, o Banco do Brasil, academias militares e a Biblioteca Real.

Destacamos também a inauguração da Imprensa Régia, no mesmo ano de chegada da corte. A despeito de ter sido criada com o propósito de atender às demandas administrativas, foi responsável pela impressão do primeiro jornal em circulação da cidade, a *Gazeta do Rio de Janeiro*, órgão oficial do governo de D. João VI (BARBOSA, 2010, p. 19-22). Nessa folha foram publicados decretos, avisos, éditos e informações sintetizadas de jornais e cartas trazidos da Europa nos navios que aportavam na Baía de Guanabara (BARBOSA, 2010, p. 27).

A transformação física e cultural do Rio de Janeiro foi, paulatinamente, atraindo estrangeiros. Muitos tinham por propósito instalarem-se definitivamente na cidade, em razão da busca por possibilidades de trabalho. “Entre 1808 e 1822, foi registrada a fixação de 4234 estrangeiros, sem contar os seus familiares. Foram 1500 espanhóis, 1000 franceses, 600 ingleses, centenas de alemães, italianos, suíços, suecos, holandeses etc. Até mesmo chineses e hindus vêm para o Rio” (LESSA, 2000, p. 77). Com essas pessoas, vieram também seus hábitos e costumes, que eram, completamente, diferentes da realidade brasileira e contribuíram para a formação da feição cosmopolita que a cidade adquiriu.

Essa somatória de elementos foram fundamentais para concretizar o desejo da elite brasileira, principalmente durante o reinado de D. Pedro II, de civilizar e modernizar o país. A atração de imigrantes europeus pode ser compreendida como um passo importante nessa direção. As campanhas abolicionistas intensificavam-se pelo mundo, e o Brasil sustentava a sua atividade produtiva no uso da mão de obra escravizada. A abolição da escravidão tornava-se cada vez mais iminente e era preciso pensar em uma solução alternativa para ocupar os postos de trabalho. A opção pela imigração atendia a esses interesses e, a partir de 1880, os cafeicultores do Oeste paulista, em associação com o governo imperial, desenvolveram ações para fomentar a vinda dos trabalhadores do velho continente.

A imigração de europeus, assim, constituiu-se parte integrante da criação de uma civilização moderna, que tinha entre, as suas metas, o embranquecimento da sociedade brasileira⁴, como podemos perceber, observando os números da época. Dados do censo de 1872⁵ revelam que a população do país era de quase 10 milhões de pessoas, sendo 15%

⁴ Sidney Chalhoub (1996) faz uma comparação entre o desenvolvimento de políticas de saúde pública para o combate de doenças como tuberculose e varíola em relação à febre amarela. Os esforços das autoridades brasileiras se concentraram, principalmente, na resolução desta última, que acometia os imigrantes europeus. Já as duas primeiras, que vitimavam, sobretudo, os negros, não contaram com o mesmo nível de esforço para sua erradicação, ajudando a comprovar a teoria de embranquecimento da população.

⁵ Os dados do Censo de 1872 podem ser acessados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/monografias/GEBIS%20-%20RJ/Recenseamento_do_Brazil_1872/Imperio%20do%20Brazil%201872.pdf. Acesso em: ago./ 2019.

escravizados (em torno de 1,4 milhão) e apenas 4% de imigrantes (em torno de 330 mil) – estes em maioria portugueses, alemães e italianos.

Entre os anos de 1889 e 1930, entraram no Brasil cerca de 3,5 milhões de imigrantes estrangeiros⁶. Se comparamos com a quantidade estimada de escravizados que foram trazidos para o país durante os mais de trezentos anos de escravidão, cerca de 4 milhões, é possível deduzir o esforço feito para atrair tal tipo de mão de obra, considerada mais apropriada para a realidade pretendida para a cidade, uma vez que os negros alforriados continuaram no país, embora fossem preteridos pelos empregadores.

Antonio Edmilson Rodrigues e Juliana Okaim de Mello (2015, p. 24) tem outra visão em relação ao destino dos escravizados recém-libertos. Segundo os pesquisadores, a concessão de liberdade, nesse momento, agitou a vida urbana. Uma parcela foi absorvida como mão de obra em companhias de bondes, de eletricidade, de abastecimento de água e de construção civil. E, com a cidade conseguindo incorporá-los, ao menos em parte, ao mercado de trabalho livre, isso produziu “uma euforia cultural, civilizatória e econômica que legitima o caminho das reformas, uma vez que atesta a verdade do discurso da ordem e do progresso”. Entretanto, muitos libertos acabaram na informalidade ou aceitando condições de trabalho análogas à escravidão por não terem opções em decorrência da ausência de uma política pública de integração ao mercado de trabalho após a assinatura de lei Áurea, em 1888.

Com a abolição seguida pela proclamação da República, em 1889, o processo de modernização do Rio de Janeiro fora, definitivamente, iniciado. Após a consolidação do modelo político, os governos federais do início do século XX focaram seus esforços na cidade-capital – vitrine do país para o mundo. Para os intelectuais e para a elite econômica da época, a República inaugurava um momento de modernidade, de civilidade e progresso que não fora concretizado durante o Império, apesar de terem sido feitas as primeiras ações nesta direção.

2.2 Turismo e Rio de Janeiro: as primeiras aproximações

Com efeito, podemos falar em turismo mais efetivo no Rio de Janeiro a partir de década de 1920, como veremos adiante. Contudo, entendemos que a cidade foi se moldando a essa prática em decorrência de, no mínimo, dois fatores. O primeiro por conta das modificações urbanísticas e sanitárias, entendidas como preponderantes, pois criaram uma atmosfera

⁶ IMIGRAÇÃO. In: Dicionário da Elite Política Republicana (1889-1930). Rio de Janeiro: CPDOC, 2010. Disponível em: <https://cpdoc.fgv.br/sites/default/files/verbetes/primeira-republica/IMIGRA%C3%87%C3%83O.pdf>. Acesso em: ago/ 2019.

favorável a tal atividade, compatível com a ideia de modernidade em voga no mundo nesse período. O segundo foi a adoção pela elite e pela intelectualidade carioca de hábitos e costumes inspirados na Europa, primordialmente em Paris, ajudando na configuração do cenário propício ao desenvolvimento turístico.

Antes, porém, de nos debruçarmos sobre as primeiras ligações que caracterizam, de alguma forma, o início de uma preocupação real com o turismo no Rio de Janeiro, julgamos importante apresentar um breve histórico desse conceito, além demonstrar o que entendemos por ele para fins do desenvolvimento desse trabalho.

2.2.1 Sobre o conceito de turismo

A compreensão da origem do fenômeno do turismo não é uma tarefa simples. Sabe-se, todavia, que antes do século XIX eram poucas as viagens realizadas que não tinham motivos referentes a trabalho ou negócios (URRY, 2001, p. 20). A própria experiência do *grandtour*⁷, praticada pelos filhos dos nobres ingleses no século XVIII, e, posteriormente, por membros da nobreza de outros países europeus, objetivava marcar a passagem daqueles jovens para a vida adulta, acumulando conhecimento e contribuindo para a sua formação (ARAÚJO, 2001, p. 53), o que não se enquadrava na categoria de turismo.

A partir do século XIX, iniciava-se uma mudança nesse cenário: as buscas por viagens começaram a ter outras motivações e foram perdendo, pouco a pouco, seu caráter individualizado, passando, ainda que de forma incipiente, a serem em grupo. O inglês Thomas Cook⁸ é considerado o precursor dessa nova fase das viagens, ou melhor, símbolo do início da prática do turismo moderno. Ele é apontado como o responsável pelas primeiras excursões em grupo – essas com objetivos religiosos e sem fins lucrativos – das quais percebeu que poderia nascer uma atividade profissional (PERROTTA, 2015, p. 38).

O período coincide, não é à toa, com a Revolução Industrial e o crescimento do capitalismo industrial. A mudança na forma de se produzir resultou em transformações que impactaram a sociedade em todos os aspectos, inclusive nas relações de trabalho e produção.

⁷ O *grandtour* eram viagens realizadas por filhos de famílias aristocráticas europeias, no século XVIII, com objetivo de aprenderem idiomas, distraírem-se ou edificarem-se. O costume foi se tornando cada vez mais comum que, no final daquele mesmo século, foi adotado para os filhos da classe média urbana com uma melhor condição financeira (SALGUEIRO, 2002).

⁸ A primeira agência Thomas Cook foi fundada em 1841, na Inglaterra, quando seu fundador fretou um trem para levar passageiros de Leicester a Loughborough para uma manifestação antialcoolismo. Contudo, “sua primeira excursão de prazer foi organizada em 1844 e o ‘pacote’ incluía um guia que acompanhava o grupo a lojas recomendadas e a locais de interesse histórico que mereciam ser olhados”. (URRY, 2001, p. 43)

De um lado, firmou-se a burguesia, detentora dos meios de produção. De outro, a classe trabalhadora que vendia sua força de trabalho em troca de capital. O estabelecimento dessa relação aliado aos direitos trabalhistas, que foram conquistados gradualmente por meio da organização dos trabalhadores e dos movimentos sindicais, contribuíram para que esse público, das sociedades industrializadas, começasse a reunir, mesmo que minimamente, condições financeiras para aproveitar seu tempo livre.

Na sociedade que se estruturava a partir dos incentivos e da cultura do capitalismo, o turismo passou a ser uma opção para os momentos do não-trabalho. Para as cidades modernas industriais, coube um duplo papel. Por um lado, elas tornaram-se atraentes por signos como a arquitetura, o patrimônio cultural, o centro de negócios e de compras. Por outro, acabaram gerando um desgaste físico e mental nos seus moradores/trabalhadores que foram buscar opções distantes daquele local para aproveitarem seu tempo de lazer. Nesse sentido, de maneira geral, a viagem acabou se constituindo como uma necessidade do homem na modernidade (MACHADO, 2008, p. 30).

Ao mesmo tempo, as cidades começaram a criar uma infraestrutura para receber seus visitantes. O desenvolvimento dos transportes, o aumento da segurança com a implantação de policiamento regular, a instalação de redes de esgoto e de tratamento da água possibilitaram não só a determinadas localidades tornarem-se atraentes, mas também melhorias para a vida da população residente (MACHADO, 2008, p. 31). Não podemos desconsiderar que, dentro de tais aprimoramentos, encontramos a construção de hotéis e o desenvolvimento de serviços voltados a atender o interesse dos visitantes.

Ainda que tantas transformações e adequações estivessem em andamento e que o incremento da atividade turística estivesse acontecendo, é importante destacar que a circulação de turistas era bem embrionária mesmo nas décadas iniciais do século XX. Essa lentidão no desenvolvimento do setor pode ser explicada pelo fato de serem minoria os trabalhadores que usufruíam de férias remuneradas e que muitos aproveitavam o tempo longe dos seus serviços para a realização de coisas mais urgentes, muitas vezes em suas próprias casas (AGUIAR, 2006, p. 76).

Com o passar do tempo, essa realidade modificou-se. O avanço da legislação trabalhista abriu caminho para que as pessoas pudessem aproveitar seus períodos de férias para conhecer outros locais, desligando-se do seu cotidiano de trabalho, ou seja, sendo turistas – por mais que exista o conceito de “turismo de negócios”⁹. A efetivação dessas viagens acabou criando a

⁹ Margaritta Barreto (2003, p. 21) faz uma breve análise sobre a expressão “turismo de negócios”, considerando-a como contrassenso, já que um turista não viaja com objetivo de trabalho, portanto, “uma viagem de negócios não

necessidade da montagem de estrutura apropriada nos locais de destino para a recepção dos viajantes, favorecendo seu desenvolvimento econômico. Muitas cidades investiram a tal ponto que passaram a depender economicamente quase que exclusivamente do turismo. Entendemos, ainda, essa atividade como um fenômeno social em razão dos impactos significativos na comunidade receptora, decorrentes do fluxo de visitantes, e por ser uma necessidade criada pelo mundo moderno, que prescinde de formas de lazer (BANDUCCI JÚNIOR; BARRETO, 2001, p. 8).

As transformações econômicas e sociais, que as sociedades sofreram no decorrer do tempo, foram imprescindíveis para a formação do turismo moderno. Tendo em vista a complexidade desse fenômeno social, não pretendemos aqui definir um conceito para essa prática. Entretanto, queremos evidenciar que entendemos que nenhum lugar é “naturalmente” turístico. Essa condição resulta de uma construção cultural que, além de ser reconhecida externamente, deve ser mantida e negociada (CASTRO, 1999, p. 81).

O caso do carnaval e do Rio de Janeiro não é diferente. A cidade e a festa foram moldadas gradativamente, em determinados aspectos, para atender a demanda de visitantes que se interessavam por vivenciar essa experiência. Ao mesmo tempo, o investimento em infraestrutura ajudou a fazer com que os curiosos, de diferentes lugares no mundo, optassem por se aventurar em conhecer a folia carnavalesca que se definia como um dos traços da identidade cultural carioca e brasileira.

2.2.2 A incipiente prática turística no Rio de Janeiro

Nas primeiras décadas do século XX, o Rio de Janeiro passou por uma série de transformações físicas e urbanas. Elas foram essenciais para se entender como a cidade, que destacava-se por sua beleza natural, mas que atraía poucos visitantes por conta dos seus muitos problemas – epidemias, cortiços, falta de saneamento, ruas estreitas e sem iluminação – passou a ser vista como um potencial destino turístico.

No final do ano de 1902, o presidente Rodrigues Alves nomeara o engenheiro Pereira Passos para assumir a prefeitura do Rio. O propósito do então mandatário era transformar a

pode ser considerada turística a partir do momento em que há finalidade lucrativa e a pessoa está realmente a trabalho e não por vontade própria”. Como embasamento, a autora apresenta uma pesquisa realizada com 500 homens e mulheres de negócios na qual indicou que 98,4% deles não se sentem turistas por terem obrigações profissionais a cumprir. Contudo, ela explica: “O que acontece normalmente é que a pessoa que viaja a negócios, por motivos profissionais ou para eventos, comporta-se como um turista, pois utiliza praticamente todos os serviços turísticos”.

infraestrutura da cidade. Passos era um profissional experiente que, além da formação técnica¹⁰, esteve em Paris durante as reformas implementadas por Eugène Haussmann entre 1853 e 1870, ao longo do governo de Napoleão III. A cidade haussmanniana serviu de modelo para outras cidades do mundo, incluindo o Rio de Janeiro. Ela seguia a lógica burguesa, onde não havia espaço para o popular – seus teatros foram demolidos, os espaços de lazer, destruídos, perderam suas habitações – agravando a segregação social (PINHEIRO, 2011, p. 82-83). A Paris que se inspirou a reformulação do Rio de Janeiro foi a imagem estereotipada da estética moderna: largas avenidas, ruas iluminadas, vitrines, cafés, restaurantes e edifícios.

Movido pelas ideais estéticos desse período da história francesa, Pereira Passos iniciou as reformas urbanas do Rio de Janeiro. Essas visavam apagar os vestígios coloniais e fazer da cidade a capital moderna desejada pela elite, pelos governantes e por parte dos intelectuais brasileiros. Para satisfazer tal propósito, foram derrubadas construções antigas, os cortiços e as habitações mais simples, desalojando as camadas populares. Foram construídas largas avenidas, como a Avenida Central, que ocupou lugar de destaque nesse projeto e deveria cortar o centro da cidade de uma ponta a outra. A primeira demolição ocorrera em 8 de março de 1904 e, logo em setembro daquele ano, podia-se percorrer a sua extensão por entre canteiros de obras (GERSON, 2000, p. 178).

A Avenida Central, atual Avenida Rio Branco, atraiu diversos empreendimentos. A sede do Clube Militar, o Café Frontin, o Clube Naval, o Theatro Municipal, o Palácio Monroe e o Museu de Belas Artes, por exemplo, funcionavam como estruturas representativas de uma modernidade em construção. A instalação da luz elétrica nesse logradouro foi outro passo importante nessa mesma direção. O Rio de Janeiro passou a promover, com mais intensidade, a vida noturna, o hábito de flunar ou o fazer *footing* no recém-construído *boulevard*.

Por mais que a remodelação da então capital federal estivesse ainda em estágios iniciais, os governantes mostravam comprometimento com a modernização e seus investimentos pareciam surtir efeito. Tanto que data de 1907 o que se considera a primeira excursão turística para a América do Sul, organizada pela agência Thomas Cook, aquela mesma citada anteriormente. Como foi a título de experiência, apenas doze pessoas aportaram no Rio de Janeiro a bordo do navio “Byron”, vindo de Nova York. A *Gazeta de Notícias* (23 jul. 1907, p.

¹⁰ Pereira Passos cursou Engenharia na Escola Militar e deu continuidade à sua formação na *École Ponts et Chaussées*, em Paris. Estudou arquitetura, hidráulica, construção de portos, canais e estradas de ferro, direito administrativo e economia política durante o tempo que esteve na capital francesa. Ainda por lá, acompanhou obras como o porto de Marselha e a construção da estrada de ferro entre Paris e Lyon. De volta ao Brasil, trabalhou com construções ferroviárias – como no estudo para o prolongamento da Estrada de Ferro de Cantagalo, de Porto das Caixas a Niterói – e foi encarregado de fiscalizar a construção da estrada de ferro Santos-Jundiaí, entre muitos outros trabalhos (BENCHIMOL, 1992, p. 193-194).

2) fez questão de relacionar os nomes dos passageiros, qualificando-os como “pessoas de distinção, quase todos muito afeitos às viagens”. No roteiro desses turistas, estavam previstos: uma ida a Petrópolis e a Santos; conhecer o Jardim Botânico, o Leme, a Tijuca, o Corcovado; e um dia livre.

Essa viagem aconteceu no mandato do prefeito Souza Aguiar, iniciado em 1906, que deu prosseguimento ao processo de reconfiguração da cidade-capital. Até 1909, quando saiu do cargo, ele continuou os projetos urbanísticos não finalizados por Passos e instituiu medidas de controle higiênico e sanitário. Como contribuição à organização de um espaço próprio para o lazer, Aguiar regulou os novos loteamentos e ruas, uma vez que, naquele momento, o Rio de Janeiro higienizado e estruturado passou a atrair mais moradores, inclusive, para seus bairros mais afastados. O então prefeito estimulou a expansão em direção à zona sul da cidade, construindo a Avenida Atlântica e isentando de taxas de licença os interessados em construir nos bairros de Copacabana, Leme, Ipanema e Leblon.

Em meio a essas mudanças, o governo municipal decidiu isentar os cinco primeiros hotéis que se instalassem na cidade de todos os emolumentos e impostos municipais por um período de sete anos (MACHADO, 2008, p. 103-104), incentivando o aparecimento de novas construções deste tipo. Assim, ganharam força os empreendimentos mais adequados à recepção de visitantes que aportavam com intenção turística no Rio. Entre eles está o Hotel Avenida, localizado na Avenida Rio Branco, de propriedade da Companhia Ferro-Carril do Jardim Botânico, inaugurado em junho de 1908, que tinha 220 quartos, luz elétrica, dois elevadores e capacidade para hospedar 500 pessoas.

No térreo desse hotel, que é um marco da hotelaria moderna do Rio de Janeiro (PERROTTA, 2011, p. 193), estava a Galeria Cruzeiro, com seus bares, cafés, restaurantes e uma estação de bondes de onde desembarcavam passageiros vindos da zona sul. Por ser um local de intenso fluxo de pessoas, a galeria acabara se transformando, na década de 1910, em um ponto de concentração para aqueles que vinham brincar o carnaval festejado na nova Avenida, uma das artérias principais da cidade (PACHECO, 2012), que ainda oferecia uma estrutura satisfatória de serviços aos foliões.

O Hotel Avenida foi construído para atender à demanda de visitantes esperada para a Exposição Nacional de 1908, realizada em comemoração ao Centenário da Abertura dos Portos do Brasil às Nações Amigas. A sua realização tinha, entre outras motivações, o objetivo de mostrar ao mundo um país cosmopolita, próspero e hospitaleiro – “o primeiro estágio da vida do Brasil no mundo civilizado” (DIRETORIA GERAL..., 1908). Ou seja, era sua finalidade

projetar, no exterior, uma imagem do país, que apagasse as marcas do atraso e do exotismo, e que servisse para atrair não apenas visitantes, mas imigrantes europeus como mão de obra.

Inaugurada em 11 de agosto de 1908, a Exposição é considerada o primeiro grande evento, visando atrair turistas para a cidade (MACHADO, 2008, p. 104). Ela teve como palco a Praia Vermelha e contou com a participação dos estados de São Paulo, Minas Gerais, Bahia e Santa Catarina, além do próprio Rio de Janeiro, e procurou exibir em seus pavilhões um mostruário da produção industrial, agropecuária e artística nacional. Aliada a isso, havia a intenção de expor a própria cidade do Rio de Janeiro (GUIMARÃES, 2012, p. 206). Sua reformulação urbanística decorreu do processo radical de intervenções no espaço físico, almejando atingir um patamar de modernização que, nesse momento, se colocava à prova, visto que a cidade abrigava um evento internacional para, justamente, provar o seu desenvolvimento.

Uma evidência de que o Rio de Janeiro começava a atender aos padrões de modernidade baseados na Europa, pode ser observada em publicação da revista *Fon-Fon* (08 jun. 1907, p. 16), um ano antes da Exposição, que simboliza um convite para visitas ao Brasil. Intitulado “Propaganda do Brasil na Europa”, o texto é precedido por uma charge com três personagens. O primeiro representa um índio, com a legenda “Eu era assim”. Ao lado, um homem com roupas rasgadas, seguida da frase “Cheguei a ficar assim”. O último personagem é um senhor com trajés sociais, onde se lia, abaixo da imagem, “Agora, sou assim”.

Analisando-se a charge, é possível notar a ênfase dada às modificações que ocorreram no Brasil na direção da sua modernização, ali representada pelas diferentes vestimentas dos personagens apresentados. Entretanto, a matéria ressalta que não bastava isso acontecer. Era preciso que os países do velho continente tivessem consciência da nova realidade “porque, se a Europa não nos souber no mundo, nós não estaremos de fato”. Na mesma publicação, essa medida era tão necessária que o “governo nacional podia alugar uns vinte mil homens e ajeitá-los a *homem-sanduiche*, espalhando-os pelas principais cidades da Europa, com os seguintes dizeres: *Brasil e Venham!*” (grifos do autor). Isto é, na visão da revista, era preciso que nossas autoridades investissem mais na divulgação do Brasil no velho continente para que nós nos fizéssemos conhecidos.

Figura 1 – Charge publicada na revista *Fon-Fon*.



Fonte: Revista Fon-Fon, 08 de julho de 1907, p.16.

Nos anos seguintes, a intervenção no espaço urbano do Rio de Janeiro continuava a demonstrar o comprometimento dos governos municipais com a sua reconfiguração urbanística. Entre 1909 e 1910, o prefeito Inocêncio Serzedelo Correia terminou as obras do Theatro Municipal, reformou os jardins da Quinta da Boa Vista e urbanizou ruas da Tijuca, São Cristóvão e Méier. Ele também despendeu recursos para o saneamento dos bairros de Copacabana e Ipanema. Durante sua gestão, foi idealizado o teleférico do Pão de Açúcar, inaugurado em 1912 – atualmente, um dos principais atrativos turísticos da cidade.

Os demais prefeitos¹¹ deram continuidade às ações que visavam modernizar o Rio de Janeiro e que, conseqüentemente, ajudavam a prepará-lo para o desenvolvimento das atividades turísticas. Entre elas, podemos citar o prolongamento de linhas de bonde de Ipanema até o Leblon, melhoria dos jardins da cidade e a inauguração da Avenida Niemayer, em 1916. Sobretudo durante os governos de Paulo de Frontin (janeiro a julho de 1919) e Carlos Sampaio (1920 a 1922)¹² foram apresentadas ações mais significativas de reconfiguração do espaço urbano, deixando-o mais atraente para o turismo, como a duplicação da Avenida Atlântica e o

¹¹ Bento Ribeiro (1910-1914), Rivadávia da Cunha Correia (1914-1916), Antônio Augusto de Azevedo Sodré (1916-1917), Amaro Cavalcanti (1917-1918) e o interino Manuel Cícero Peregrino da Silva (1918-1919).

¹² Entre a gestão de Paulo de Frontin e de Carlos Sampaio, tivemos como prefeito do Rio, Sá Freire, que governou a cidade de 29 de julho de 1919 a 6 de junho de 1920.

início da construção da Avenida Epi­tácio Pessoa. Ambas as ações fizeram parte do projeto de embelezamento e saneamento da Lagoa Rodrigo de Freitas na época.

Diante disso, podemos observar que no Brasil e particularmente no Rio de Janeiro, a atividade turística foi se desenvolvendo ao passo que a sociedade ia se modernizando aos moldes europeus (PERROTTA, 2015, p. 40). No entanto, somente a partir dos anos 1920, essa prática se intensificou e seu exotismo tropical¹³, tão descrito por viajantes estrangeiros que vinham à cidade ainda no período colonial, começou a atrair excursões de turistas com mais regularidade.

Cabe ao ano de 1922 um olhar mais minucioso, uma vez que ele sediou a inauguração da Exposição Internacional em comemoração ao Centenário da Independência, que trouxe visitantes estrangeiros e de outros estados. O evento, portanto de cunho internacional, movimentou a cidade-capital e comprovou a necessidade da criação de uma associação voltada ao desenvolvimento do turismo no país. Em 1923, então, foi fundada a Sociedade Brasileira de Turismo, com sede no Rio de Janeiro.

O constante processo de modernização carioca no decorrer do século XX, desenvolvido até aqui, foi fundamental para a construção da sua vocação turística, algo que não é fixo e imutável (CASTRO, 2001, p. 119). Ela se estabelece a partir da adoção de recortes feitos na realidade visando estimular a vinda de visitantes e possibilitando o desenrolar de interpretações ou narrativas que caibam aos seus propósitos momentâneos, mas que podem ser alterados ao longo do tempo, de acordo com a necessidade.

2.3 A importância da Exposição do Centenário da Independência para o turismo brasileiro

No início da década de 1920, já podíamos observar a nova aparência urbanística do Rio de Janeiro. A cidade passara por sucessivas transformações de adequação do seu espaço físico e conseguira estabelecer uma feição mais moderna e “civilizada”, de acordo com os padrões pensados pelas autoridades e pelas elites brasileiras. Entre as missões de Epi­tácio Pessoa, quando assumiu a presidência, por exemplo, estava aumentar a visibilidade internacional do Brasil (MACHADO, 2008, p. 148). Para atingir esse objetivo, destacamos dois fatos

¹³ A representação do Rio de Janeiro como um lugar exótico resulta dos relatos de viajantes europeus que estiveram na cidade entre os séculos XVIII e XIX (SOUZA, 1996, p. 192). Essas pessoas classificavam como exóticos a realidade que viam completamente diferente dos locais nos quais elas viviam.

importantes realizados em sua gestão: a visita do rei Alberto I, da Bélgica, em 1920, e a realização da Exposição Internacional de 1922.

O convite para a viagem dos monarcas – o rei Alberto e sua esposa Elisabeth – fora feito em maio de 1919, quando o presidente brasileiro esteve na Bélgica. A resposta positiva pode ser compreendida como uma forma de retribuir a visita de Epiácio Pessoa e a rápida manifestação do país na ocasião da invasão da Alemanha ao território belga na Primeira Guerra Mundial¹⁴ (FAGUNDES, 2007, p. 10). Com o aceite dos convidados, começou o processo de preparação para recebê-los, que seria financiado pelo governo federal. Montou-se uma comissão para definir a programação oficial e os preparativos mais efetivos se deram a partir do mês de abril de 1920, quando fora iniciada a reforma do Palácio Guanabara, local sede da hospedagem do casal real.

Nos meses seguintes, a Câmara dos Deputados aprovou o projeto de crédito ilimitado para custear os gastos da visita, decisão criticada, principalmente, pela imprensa brasileira, que até então, a via com bons olhos. Os custos eram altos e foi preciso fazer um empréstimo para patrocinar a viagem (MACHADO, 2008, p. 148), encorpendo ainda mais as críticas nos jornais¹⁵, justamente, em decorrência da situação econômica do país naquele momento, que não comportava um dispendioso gasto público como aquele.

Essa visita, que receberíamos com prazer, se fosse espontânea e viesse em momento oportuno, não nos convém agora. E não será difícil ao rei Alberto perceber, por entre os fogos de bengala do carnaval aquático e das janelas do palácio da Guanabara, a fisionomia de um povo constrangido que não tem dinheiro para pagar suas dívidas de honra, que sofre as piores amarguras e que é obrigado a gastar o que não pode, só porque assim o determina a vaidade de um homem a quem um dia confiou, cheio de esperanças, o governo de sua terra (GAZETA DE NOTÍCIAS, 05 ago. 1920, p. 1).

É notório o desconforto da imprensa com o descompasso que estava acontecendo. As finanças brasileiras estavam longe de se estabilizar, a situação social das camadas populares era de penúria e, para muitos formadores de opinião, não fazia qualquer sentido despender altas somas de dinheiro¹⁶ em uma visita que, efetivamente, não traria vantagens materiais para a

¹⁴ Segundo a pesquisadora Luciana Pessanha Fagundes (2007, p. 10), documentos analisados nos arquivos do Ministério das Relações Exteriores (telegramas trocados entre o ministro Azevedo Marques e Barros Moreira, representante do Brasil na Bélgica; documentação da comissão que organizou o evento) e a própria imprensa do período evidenciam que o rei Alberto veio para o Brasil em retribuição às ações citadas.

¹⁵ Observamos críticas a essa viagem não só na *Gazeta de Notícias*, mas em jornais como o *Correio da Manhã* (26 jun. 1920, p. 2) e *O Paiz* (23 jul. 1920, p. 3), todos enfatizando os gastos do governo brasileiro com a visita dos reis da Bélgica.

¹⁶ Na edição da *Gazeta de Notícias* (08 set. 1929, p. 2), em matéria intitulada “Mil contos por dia”, relatou-se que a visita dos reis belgas sairia por volta de 30 mil contos, quase mil contos por dia, considerando-se que o rei passaria em torno de 30 dias no país.

população. Em artigo publicado na *Gazeta de Notícias*, encontramos uma ironia acentuada em relação ao evento. A figura do rei não foi desvalorizada, contudo, o alvo da crítica residiu nos esforços das autoridades brasileiras com a chegada do monarca belga e, naturalmente, a aprovação do crédito ilimitado por parte do Congresso. No artigo “Falta de equilíbrio”, abordou-se a visita real foi da seguinte maneira:

Há mesmo planos grandiosos. Pensa-se em reformar várias coisas. O palácio da Guanabara já está sendo adaptado convenientemente, o Theatro Municipal sofrerá modificações, os combustores das nossas avenidas estão sendo, aos poucos, substituídos; pensa-se em destruir quarteirões inteiros e, se não me engano, cuidam também de mudar de posição o Pão de Açúcar, para não dificultar a entrada de Suas Majestades. Enfim, a cidade será remodelada para que Alberto I, o herói, o rei lendário que defendeu seu trono como um bravo, leve de nós e de nossa civilização uma impressão magnífica. Para isso, o Brasil gastará milhares de contos. E o Congresso Nacional, tão solícito em agradar ao Sr. Presidente da República, em agravar impostos, servilmente, vota um crédito ilimitado para as despesas (GAZETA DE NOTÍCIAS, 29 jun. 1920, p. 2).

Apesar das críticas da imprensa, a cidade foi preparada para a chegada dos convidados reais. A prefeitura fez um empréstimo interno no valor de cinquenta mil contos de réis, com aprovação do governo federal. Esse valor correspondia à receita do município do Rio de Janeiro apurada em 1919 (KESSEL, 2001, p. 51). Reformas no porto, consertos em avenidas, limpeza de monumentos públicos, poda de árvores foram alguns dos pontos que receberam atenção das autoridades brasileiras, além da zona sul, onde tivemos a construção do bairro da Urca, a urbanização da Lagoa Rodrigo de Freitas e a construção da Avenida Epitácio Pessoa – as duas últimas já mencionadas anteriormente.

Em 2 de setembro de 1920, o casal e sua comitiva embarcaram rumo ao Rio de Janeiro. Vieram no encouraçado “São Paulo”, enviado a seu país especialmente para trazê-los, onde um quinteto musical tocava para entretê-los. No desembarque no Rio de Janeiro, foram levados em carro aberto até o Palácio Guanabara, enquanto uma multidão acompanhava o cortejo (KESSEL, 2001, p. 51). Nas páginas da *Gazeta* (02 set. 1920, p. 1), as críticas continuavam contundentes, afirmando que tal visita era para atender aos anseios de Epitácio Pessoa – o “barão feudal” que comandava o país – de ser visto ao lado de um “rei herói”¹⁷. Durante 24 dias, as autoridades belgas percorreram vários pontos do Rio de Janeiro, Minas Gerais e São Paulo. Na capital federal, conheceram locais como a Vista Chinesa, a Quinta da Boa Vista, o Palácio Monroe e o bairro de Copacabana.

¹⁷ O rei Alberto I, da Bélgica, era constantemente chamado de “rei-herói” ou “rei-soldado”, por conta da sua resistência durante a ocupação germânica na Primeira Guerra Mundial (1914-1918), onde esteve à frente das suas tropas até o fim do conflito.

O rei cumpriu a programação organizada pelas autoridades brasileiras, mas demonstrou interesse particular em tomar banho de mar nas praias do litoral carioca. Para evitar a aglomeração de curiosos, ao chegar à Avenida Atlântica, um pouco depois das sete da manhã, solicitou aos policiais, que faziam sua segurança, que se afastassem do carro para que pudesse aproveitar sem ser reconhecido pelos frequentadores do local (GAZETA DE NOTÍCIAS, 21 set. 1920, p. 4). Essa prática ainda não se constituía como um elemento turístico, e, portanto, não era parte do protocolo oficial da visita; porém, caiu no gosto do monarca que passou a incluí-la em sua rotina diária.

Um outro local que foi o rei Alberto decidiu aparecer sem programação prévia, segundo o jornal *Correio da Manhã* (15 out. 1920, p. 4), foi à Urca e ao Pão de Açúcar. “Eram 8 e meia da noite, quando o automóvel real parou, inesperadamente à estação dos bondes aéreos. Dele desceram, com surpresa de todos, sua majestade o rei Alberto, o tenente Pessoa Cavalcanti, o coronel Tilkens e outras pessoas da comitiva do soberano belga”. Segundo a matéria, o rei ficou admirando a iluminação feita para a festa, que aconteceria naquela noite na enseada de Botafogo e, depois, foi conhecer a floresta que cercava a estação da Urca, que exaltou como sendo “o mais belo passeio do mundo”. Seguiu, ainda, para o Pão de Açúcar, onde ficou observando a cidade.

Por mais que muitas críticas tenham sido feitas em relação ao investimento para a viagem dos soberanos belgas, os mesmos parecem ter conquistado a simpatia da imprensa. Nos dias em que estiveram no país, os jornais rasgavam elogios à simplicidade do casal. E, como a visita aconteceu sem grandes intercorrências, o objetivo do presidente de dar visibilidade ao país, em alguma medida, fora cumprido. O próprio monarca e sua comitiva, provavelmente, foram portadores das impressões que tiveram, contribuindo para a criação de uma imagem positiva da capital brasileira no exterior.

O fato do Brasil ser o primeiro país da América do Sul a receber um soberano europeu, em uma viagem que saiu como o planejado, sem grandes problemas, nos faz deduzir que tal acontecimento também pode ser compreendido como um estímulo ao desenvolvimento do turismo no Rio de Janeiro. A então capital mostrava na prática que já dispunha de infraestrutura adequada à recepção de visitantes, inclusive de porte real, e isso poderia estimular a vontade em outras pessoas de conhecê-la.

Dois anos depois da visita da realeza belga, ocorreu a Exposição Internacional em comemoração ao Centenário da Independência. O evento fora, inicialmente, planejado para ser de porte nacional. Porém, como recebeu a adesão de várias nações, acabou tornando-se internacional. Participaram os seguintes países: Bélgica, Holanda, Dinamarca, Argentina,

Reino Unido, México, Japão, Suécia, Tchecoslováquia, Noruega, Itália, Portugal, Estados Unidos e França. O seu propósito era exibir ao mundo o desenvolvimento industrial e científico, a modernização e o progresso do país – “vendo aqui os frutos do nosso trabalho, completando além, nas indústrias, na agricultura, no comércio, nas artes liberais, nas belas artes, o resultado de nossos esforços, o estrangeiro inteligente compreenderá as possibilidades infinitas do Brasil” (A EXPOSIÇÃO..., set./out. 1922, p. 64).

Além disso, a Exposição trazia consigo a expectativa de atrair turistas nacionais e estrangeiros para a então capital federal. Mas, para que ela saísse do papel e se tornasse concreta, era preciso adequar a estrutura da cidade a essa possível demanda, rompendo, definitivamente, com seu passado colonial. Uma das ações principais foi a efetivação do desmonte do Morro do Castelo, um dos primeiros núcleos urbanos do Rio de Janeiro. Esse era um projeto antigo, pensado desde 1798, quando a Câmara Municipal encomendou um relatório visando aprimorar os índices de salubridade. Os médicos responsáveis pela elaboração do material indicaram que os maiores problemas das condições higiênicas da cidade eram os morros que impediam a circulação dos ventos e as áreas alagadiças que contribuíam com a proliferação de doenças. No mesmo relatório, indicaram a necessidade do arrasamento do Castelo.¹⁸

A justificativa do problema de insalubridade era um fato. O Rio de Janeiro enfrentava dificuldades nas questões de saneamento e de habitações populares que contribuíam para isso. No entanto, havia também o interesse em dar continuidade à retirada da população negra e pobre da região central da cidade, por ser esta uma área de grande valorização devido a sua proximidade à Avenida Central. Mesmo sendo o Morro do Castelo um lugar histórico¹⁹, seu desmonte fazia-se urgente (ABREU, 2013, p. 76). Não foi coincidência que as primeiras obras para colocar fim a ele foram realizadas durante a abertura dessa mesma avenida na gestão de Pereira Passos.

A efetivação do arrasamento do morro gerou polêmica e, de maneira geral, estabeleceu dois lados conflituosos. Aqueles que viam no seu desaparecimento uma forma de melhorar a salubridade da cidade, que ainda contaria com o desmonte do Morro de Santo Antônio e do Senado e, aqueles que colocaram-se favoráveis à manutenção das tradições históricas e

¹⁸ Os médicos responsáveis pelo relatório foram: Manuel Joaquim Medeiros, Bernardino Antônio Gomes e Antônio Joaquim de Medeiros (MOTTA, 1992, p. 51).

¹⁹ O Morro do Castelo abrigava a Igreja São Sebastião dos Capuchinhos, local onde se guardava o túmulo de Estácio de Sá. Com o desmonte, o túmulo e a igreja foram transferidos para o bairro da Tijuca.

entendiam aquele lugar como memória da fundação do Rio de Janeiro (RODRIGUES, MELLO, 2015, p. 31).

Na *Gazeta de Notícias*, assim como na imprensa em geral da época, observamos notas publicadas sobre o assunto, abordando diferentes aspectos em torno da demolição do morro. Em uma notícia, falou-se que esse era, junto com a realização da Exposição, o grande propósito da gestão do prefeito Carlos Sampaio, sem que ele se preocupasse efetivamente com as condições de vida da população (GAZETA DE NOTÍCIAS, 09 jul. 1920, p. 1), pois além disso, as pessoas que viviam lá precisariam ser realocadas, acirrando o problema de moradia que já era uma forte questão na cidade.

Também foi noticiada uma manifestação popular contrária à demolição em virtude dos dois fatores anteriormente citados: o problema recorrente da falta de habitações e a destruição de um espaço histórico tradicional carioca (GAZETA DE NOTÍCIAS, 31 ago. 1920, p. 3). As discussões sobre o projeto do desmonte do Castelo não se restringiram à imprensa. O Conselho Municipal também debatia sobre o assunto²⁰ (GAZETA DE NOTÍCIAS, 05 set. 1920, p. 2). Em meio a essas notícias e conflitos, temos no jornal um exemplo que demonstra o real propósito da obra, segundo informações da agenda do prefeito:

O Sr. Dr. Carlos Sampaio visitou ontem, pela manhã, o morro do Castelo. S. Ex. percorreu detidamente as ruas ali situadas, na sua maioria velhas e maltratadas, recebendo má impressão, principalmente dos domínios do convento dos capuchinhos. Após essa visita, ouvimos o Sr. Prefeito, que nos declarou ser favorável ao arrasamento daquele morro, o que trará vantagens estéticas e higiênicas para a cidade (GAZETA DE NOTÍCIAS, 05 ago. 1920, p. 1).

Nesse embate de forças, sabemos que o local foi destruído rapidamente e seus entulhos utilizados para aterrar parte da Baía de Guanabara. Demoliram-se mais de 400 construções, nas quais residiam cerca de 4 mil pessoas, e, como consequência disso, esvaziou uma área de aproximadamente 420 hectares. “A remoção do Castelo seria, aos olhos do mundo, a prova definitiva de que o Rio civilizava-se e renegava o seu passado” (LESSA, 2000, p. 241).

Marly Motta (2004, p. 32) analisa que a edificação de um espaço especialmente para a Exposição comprovava a capacidade do país de realizar “empreendimentos excepcionais”, sendo mais uma prova do seu nível de desenvolvimento. Concluída a obra²¹, definiu-se a

²⁰ O Conselho Municipal havia debatido, no dia anterior da publicação da *Gazeta*, a questão do arrasamento do Morro do Castelo. Os intentes fizeram suas colocações, sendo alguns favoráveis e outros contra a necessidade de efetivação do desmonte. Depois de três horas de debate, o projeto entrou em votação e foi aprovado com 14 votos, tendo 9 contra (GAZETA DE NOTÍCIAS, 05 set. 1920, p. 2)

²¹ A administração Carlos Sampaio não conseguiu demolir o morro como um todo. O desmonte completo deu-se na gestão do prefeito Henrique Dodsworth, durante o Estado Novo (1937-1945).

instalação do evento seria no bairro da Misericórdia, que abrigava, em sua maioria, trabalhadores negros e pobres, que precisaram se realocar, fazendo com que o local desaparecesse da cidade.

A Exposição, que durou de setembro de 1922 até julho de 1923, ocupou uma extensão de dois mil e quinhentos metros e era dividida em duas partes principais. A primeira era a seção nacional que se localizava entre o antigo Arsenal de Guerra e o novo mercado, onde estavam os pavilhões do Comércio, da Higiene e Festas, das Pequenas Indústrias, da Viação e da Agricultura, da Caça e Pesca, da Administração, de Estatística e os palácios das Indústrias e dos Estados. A segunda era a seção internacional que foi instalada na Avenida das Nações, ocupando do antigo Arsenal até o palácio Monroe, e no Cais do Porto. O evento foi inaugurado sem estar com sua estrutura completamente finalizada, com muitos pavilhões sendo erguidos. Contudo, somente no dia da abertura, circularam por lá cerca de duzentos mil visitantes, que já podiam ver, “nos edifícios levantados, a força criadora de uma raça” (A EXPOSIÇÃO..., set. 1922, p. 8).

Figura 2 - Planta da Exposição de 1922



Fonte: A Exposição de 1922: Órgão da Comissão Organizadora... set. 1922, p. 4

Com intenção de divulgar e exaltar a Exposição, foi criada uma revista oficial, editada pela Comissão Organizadora e redigida por Pádua Rezende, vice-presidente da comissão. As duas primeiras edições foram lançadas antes da inauguração, nos meses de julho e agosto de 1922. Com o início do evento, em setembro, circularam mais duas edições. Em outubro, novembro, dezembro de 1922 e janeiro de 1923, tivemos a veiculação de um periódico por mês. As últimas três edições foram publicadas sem qualquer referência ao mês de publicação. No total, foram onze exemplares, sem quantidade de páginas fixas e que, de maneira geral, cumpriam sua função que, nas palavras dos seus próprios escritores em sua última edição, era “documentar o modo elevado por que soubemos comemorar o Primeiro Centenário de nossa independência” (A EXPOSIÇÃO..., jul. 1923, p. 5).

O evento ocorreu durante um período em que o país enfrentava uma série de instabilidades. Politicamente, como vimos no capítulo anterior, a disputa eleitoral entre Nilo Peçanha e Arthur Bernardes exaltou os ânimos, gerando, inclusive, marchinhas carnavalescas que ironizavam a figura do então candidato. A oposição questionou a vitória de Bernardes. O presidente em exercício, Epitácio Pessoa, reagiu, mandando prender o ex-chefe do executivo federal, o marechal Hermes da Fonseca, e o Clube Militar, do qual ele era presidente, foi fechado²². Essas disputas contribuíram para que, no mês de julho, se iniciasse o levante conhecido como a Revolta dos 18 do Forte, de jovens oficiais aquartelados no Forte de Copacabana pela deposição de Pessoa. Não obtiveram êxito, e a sucessão presidencial ocorreu com a cidade em estado de sítio.

Economicamente, a situação também era complicada. Após o aumento no preço de exportação do café em 1918²³, no ano seguinte, ele voltou a cair trazendo prejuízos consideráveis à economia brasileira. Além de lidar com o agravamento da crise econômica, Epitácio Pessoa sofreu pressões para adotar uma nova política de valorização do café, mas mantinha seus planos, que englobavam, entre outras coisas, a recepção da comitiva belga e a preparação da cidade para a Exposição – eventos que custaram aos cofres brasileiros cifras dispendiosas. Segundo Winston Fritsch (p. 6, 1993), entre os anos 1920 e 1922, a economia

²² Após a eleição, a oposição a Bernardes solicitou a criação de um Tribunal de Honra para arbitrar sobre o resultado do pleito. A imprensa apoiadora de Nilo Peçanha passou a denunciar as perseguições sofridas por militares bernardistas. O clima ficou mais tenso quando esses mesmos militares começaram a intervir na defesa de seus aliados civis em disputas políticas locais. Tentativas de levantes começavam a despontar no Rio de Janeiro e em Niterói, ao mesmo tempo em que os situacionistas passaram a responder, excluindo os deputados dissidentes das comissões parlamentares. A tensão acabou eclodindo com o movimento tenentista (FERREIRA, PINTO, 2006, p. 398-398)

²³ A produção de café de São Paulo sofreu com dois dias de geadas, em 1918, evitando a superprodução, pois parte da safra foi perdida, aumentando o preço do produto. Em Nova York, o café passou de 10,8 cents por libra para 22 cents ao final daquele ano. (FRANCO, LAGO, 2012, p. 210)

nacional sofreu com duros golpes em decorrência do colapso do preço do café, o aumento da inflação e do desemprego.

O quadro político, econômico e social do país era complexo de se equacionar naquele momento. Enquanto isso, a Exposição tinha a missão de representar a grandeza brasileira, o que incluía a sua capacidade de solucionar conflitos internos e de divulgar a imagem de união e coesão, com uma população que vivia em paz e harmonia. “Portanto, o que o Rio de Janeiro ofereceria aos seus visitantes era mais que um retrato da nação presente; o que estava em evidência eram os sonhos e aspirações da nação moderna que se queria ser” (MOTTA, 2004, p. 35). Nesse sentido, a expectativa com o evento era alta.

No artigo “Quantos milhões de visitantes receberá a Exposição do Centenário?”, publicado na revista da Comissão Organizadora, sem autoria, fizeram-se elucubrações sobre a possibilidade de mensuração da frequência de visitantes, por mais que se tenha ressaltado que era quase uma fantasia ter ciência de uma estimativa próxima. Contudo, ainda assim, foi destacada a quantidade de frequentadores da Exposição Nacional, de 1908, que serviu de base para se projetar o público da edição internacional:

A Exposição Nacional do Rio de Janeiro realizada há quase quinze anos, teve por exemplo a frequência de 10 milhões de curiosos, não se poderá, calculando a média de sua concorrência, concluir deste exemplo que a Exposição do Centenário, celebrando a nossa emancipação e sendo internacional, deverá ter uma frequência três vezes maior, porque esta proporção tanto pode ser atingida como ultrapassada. Não é exagerado o cálculo que eleva a 200 mil o número dos estrangeiros que nos devem visitar, cremos mesmo que esta avaliação é muito falha, se tivermos em linha de conta o tempo que ficará aberta a Exposição (A EXPOSIÇÃO... ago. 1922, p. 20).

No dia seguinte à abertura, o evento reuniu 14.821 pagantes e manteve uma boa média de público por semanas (SANT’ANA, 2008, p. 93). Contudo, ele estava planejado para terminar em novembro, mas alongou-se até julho de 1923 por conta do atraso na construção dos pavilhões estrangeiros²⁴ e precisava-se criar maneiras de manter o interesse dos visitantes. Em janeiro, o Ministério do Interior divulgou uma média diária de 11.351 pessoas, num total de 351.031 pessoas (A EXPOSIÇÃO..., fev. 1922, p. 70). Em fevereiro, considerado um mês mais fraco, houve dias com picos de até 14 mil pessoas e uma frequência geral de 175 mil no mês (MOTTA, 1992, p. 72).

²⁴ Como exemplo, temos as inaugurações dos pavilhões de Portugal e dos Estados Unidos em dezembro de 1922 e o pavilhão argentino que só foi aberto, oficialmente, em janeiro de 1923. Em razão desses atrasos, estendeu-se a Exposição, inicialmente, até março de 1923, sendo finalizada apenas em julho deste mesmo ano.

Mesmo que de maneira indireta, os jornais demonstravam a apreensão que eles tinham com a frequência de pessoas na Exposição. Podemos notar isso, por exemplo, no *Correio da Manhã* (09 set. 1922, p. 1), dias depois da inauguração, em uma matéria onde se discutia sobre os pavilhões estrangeiros e seus atrativos, frisando a ansiedade das pessoas que esperavam nos portões até abertura para entrarem no recinto. Na sequência, destacou-se: “À noite, precisamente no momento em que maior se tornava o movimento nos *guichets* da entrada principal, começou a chover, uma chuva miúda e impertinente que afugentou os visitantes que ali se aglomeravam” (grifos do autor).

A estrutura inacabada do evento não causou as melhores impressões para as pessoas que estiveram por lá nos primeiros meses. Por isso, a *Gazeta* (16 jan. 1923, p. 1), visando atrair um público maior, sugeriu que se intensificasse a propaganda da Exposição no interior do país, enquanto ela ainda estava completamente instalada, defendendo, além disso, que se facilitasse a entrada de quem já havia ido em seu princípio. Indica, também, que a organização deveria promover a presença de missões comerciais e técnicas estrangeiras para trazer resultados benéficos para a economia brasileira.

Uma das formas de atrair público ao local consistiu na realização de espetáculos. Para isso, foi criada a Comissão Especial de Festas e Propagandas, tendo à frente o Dr. Francisco Ferreira Ramos. A partir de janeiro de 1923, seu sucessor, o Dr. Flávio da Silveira, também assumiu o cargo de diretor da seção de Propaganda, Publicidade e Festas e Diversões (FONSECA, 2016). Para ilustrar essas tentativas de movimentar a Exposição, trazemos aqui a divulgação feita pela *Gazeta de Notícias* (20 jan. 1923, p. 4) de parte da programação daquela semana:

Todos os dias – danças públicas, ao som do “Stentor Phone”, no tablado que fica em frente ao Palácio das Festas.

Dia 20 – Hasteamento solene da bandeira histórica de Estácio de Sá. A cerimônia será realizada às 15 horas, no mastro em frente ao Palácio das Festas, com presença das altas autoridades.

[...]

À noite – Espetáculo lírico ao ar livre: Execução da CAVALLERIA RUSTICANA por artistas da Escola Lírica do Theatro Municipal, vozes e coros de grande efeito, com orquestra de sessenta professores, às 21 horas, na esplanada do Mercado.

[...]

Dia 21 – O BATUQUE E O SAMBA – Original espetáculo ao ar livre, pelo BLOCO do BAM-bam-bam.

Os bilhetes se acham à venda desde já na própria Exposição.

À noite, além do Batuque e o Samba, imponente passeata do Club dos Democráticos (“Ala dos Namorados”) com alegorias, corsos, atração, congêneres, batalha de serpentinas (GAZETA DE NOTÍCIAS, 20 jan. 1923, p. 4).

Os festejos carnavalescos produzidos por essa comissão, naquele ano, podem ser interpretados como uma aposta para fazer “renascer” e movimentar a Exposição, que já havia perdido o brilho de ser uma novidade, promovendo bailes populares ao ar livre e grandes bailes no Palácio das Festas.

Ao mesmo tempo que iniciam os grandes bailes aristocráticos, a caráter como os de Nice, e os da grande era veneziana, o ativo funcionário manda armar em pleno recinto um amplo tablado para bailes populares ao ar livre e promove os corsos festivos na Avenida das Nações, os réveillons animados, e as retretas militares, com repertório atraente e moderno (A EXPOSIÇÃO..., dez. 1922, p. 67).

A promoção da folia carnavalesca visava alegrar e aumentar o número de frequentadores do evento, sendo divulgada na *Gazeta* diariamente. A alta expectativa da imprensa com esses bailes fechados ficava bem clara nas publicações, que faziam avaliações como “só o que apreciamos nos leva a crer que outro local nos próximos festejos de Momo, não estará mais artística e elegantemente decorado que o Palácio das Festas da Exposição” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 06 fev. 1923, p. 7), destacando que o baile se tornaria “um verdadeiro Éden”. Nos dias seguintes, seguiram exaltando a “grande concorrência de pessoas que desejam assistir aos bailes à fantasia” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 08 fev. 1923, p. 6), os quais ocorreriam no período carnavalesco.

Apesar da realização de bailes abertos ao público na Avenida das Nações, a presença das camadas populares era vista com restrições. No jornal *O Paiz* (11 fev. 1923, p. 5), do domingo de carnaval, fica evidente esse posicionamento. Durante os bailes, estava previsto que as sociedades carnavalescas Tenentes do Diabo e Fenianos deveriam passar com seus préstitos pela Exposição. Entretanto, em ofício assinado por Flávio da Silveira, responsável pela Comissão de Festas, em concordância à resolução do ministro da Justiça e Negócios Interiores, direcionado à diretoria do clube dos Fenianos, solicitou que, na terça-feira, os membros não adentrassem na área do evento durante o desfile porque havia “previsão de ser invadido o recinto com grande afluência popular, por motivo dos festejos do carnaval, danificando jardins e outros logradouros [...]” (O PAIZ, 11 fev. 1923, p. 5). Essa seria uma alternativa para evitar conflitos e, conseqüentemente, não precisar acionar a força policial para reprimir os foliões.

Na *Gazeta* encontramos propagandas dos organizadores descrevendo “luxuosos bailes à fantasia, no Palácio das Festas, com suntuosa decoração e incomparáveis atrativos. Batalhas de serpentinas e lança-perfumes – Réveillons de arte e deslumbramento” (GAZETA DE

NOTÍCIAS, 11 fev. 1923, p. 3). O *Jornal do Brasil* também divulgava os bailes promovidos no pavilhão de celebrações da Exposição em meio à relação das outras programações para o carnaval, indicando o lugar de venda dos bilhetes e a possibilidade de “reserva de mesas de consumo, que se acham dispostas com verdadeiro gosto não só na vasta plateia do Palácio transformada em elegante sala de baile como em todo recinto do Palácio” (JORNAL DO BRASIL, 06 fev. 1923, p. 11).

No *O Paiz* exaltou-se a decoração do Palácio das Festas, assinada por Romano e Jeferson, “artistas festejados do lápis e do pincel”, para deixar o lugar que já era bonito em um “encantamento irresistível”. Tudo isso para agradar a elite do Rio de Janeiro e “os membros das missões estrangeiras [...] e suas famílias [que] se juntarão às mais distintas pessoas do nosso ‘grand-monde’, que ali terão ‘rendez-vous’” (O PAIZ, 24 jan. 1923, p. 6). Várias notas sobre esses bailes foram publicadas nesse periódico até a sua realização, sempre exaltando como seriam chiques, organizados para os grupos sociais mais abastados e que seriam “a nota distinta dos festejos do Momo no Rio, este ano” (O PAIZ, 03 fev. 1923, p. 6).

Iniciado os festejos, durante os quatro dias de carnaval os bailes foram realizados, de sábado a terça-feira, tendo no domingo, também, um baile infantil. No dia do primeiro, *O Paiz* trouxe informações complementares sobre o evento, ressaltando o que considerou ser sua maior e principal novidade:

Podemos dizer que os bailes do palácio das festas serão coloridos. Como? Perguntará o leitor. A explicação é fácil. Modificada a iluminação do palácio, de quando em quando, os imensos salões mudarão de cor. Grandes e suaves holofotes projetarão sobre os pares os jatos de luz mais belos, ora vermelho, ora azul, ora violeta, ora verde. Bandeiras de inúmeras nações serão projetadas em luz pelos mesmos holofotes. Esse trabalho que vai dar à festa uma nota de elegância e de brilho, vai ser executado pela boa vontade do Dr. Armando de Carvalho e pela perícia do Dr. Luiz Pradez. O doutor Pradez é um dos eletricitistas mais adiantados. Tendo feito o seu curso na Europa, com prática nos Estados Unidos, e conhecendo os efeitos de luz nos bailes de luxo, S. S. tem a certeza de magnífica impressão que vai causar aos frequentadores dos pomposos bailes do palácio das festas, que esses bailes vão ser os mais brilhantes do carnaval de 1923, ninguém pode duvidar (O PAIZ, 10 fev. 1923, p. 5).

No levantamento das fontes feito nas edições da *Gazeta de Notícias* do período, notamos que todo esse entusiasmo só fora retratado até o domingo, quando o jornal publicou a seguinte nota sobre o evento: “E sem esmorecer um instante sequer, terminou o grande baile deixando estampada em todos os semblantes uma indelével saudade felizmente compensada pela esperança de que hoje, amanhã e depois se poderá gozar todas as delícias da noite de ontem” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 11 fev. 1923, p. 3). Nesse mesmo dia, *O Paiz* também exaltou o baile, que transcorreria sem falhas “para o melhor êxito da linda festa carnavalesca”.

Foi destacado, ainda, que o jogo de luzes coloridas “em que, de quando em vez, se banhava o salão e os que nele dançavam, funcionou sem o menor deslize ou contratempo” (O PAIZ, 11 fev. 1923, p. 6).

Nas edições seguintes da *Gazeta*, não encontramos evidências sobre a folia carnavalesca da Exposição. Observamos, somente, as propagandas dos bailes. Isso nos leva à conclusão de que, ao que parece, o festejo, que contara com “a execução do surpreendente programa, constituído pelo desfile de um majestoso préstito carnavalesco e simbólico, queima de vistosos fogos e colossal baile de máscaras no Palácio das Festas” (A EXPOSIÇÃO..., jan. 1922, p. 70) não obteve tanto sucesso assim. Provavelmente, a forte chuva que caiu sob a cidade deve ter influenciado no resultado, contrariando as expectativas dos organizadores e da própria imprensa.

Já em edição de *O Paiz* (12 e 13 fev. 1923, p. 7), encontramos duas notas curtas sobre esses eventos carnavalescos. A primeira fazia referência aos bailes populares que estavam sendo realizados na Avenida das Nações. O texto discorria sobre o seu êxito, no domingo e na segunda, ressaltando que “o nosso povo por excelência carnavalesco e, presentemente, nenhum lugar existe nesta capital mais próprio do que o recinto daquela grande feira internacional”. A nota, em seguida, informa que a comissão do Centenário optou pela entrada gratuita e que o “povo, em uma alegria infinda, percorre[u] cantarolando as canções suas favoritas, toda a Avenida das Nações, desde o Monroe até a ponta do Calabouço”. Até então, nas fontes analisadas, não tínhamos observado menções aos eventos públicos.

Já a segunda nota traz singela lembrança das celebrações voltadas para a elite: “Repete-se hoje no palácio das festas o luxuoso baile carnavalesco que desde sábado, tem sido forte motivo de atração do povo ao grande certame” (O PAIZ, 12 e 13 fev. 1923, p. 8). A notícia fora finalizada, relatando o sucesso do baile infantil ocorrido no domingo. Sobretudo por essa passagem, é possível observar que ela foi bem diferente das demais, nas quais percebemos a grande expectativa e a animação com as comemorações carnavalescas promovidas na Exposição por parte dos jornalistas, o que ratifica nossa hipótese de que os bailes não tiveram tanto sucesso quanto era esperado em todos os dias do evento.

Um dos principais objetivos da Exposição, como mencionamos anteriormente, era incrementar o turismo no Rio de Janeiro. Sobre o tema, a *Gazeta de Notícias* (03 fev. 1923, p. 5) noticiou que ocorrera, no pavilhão da Bélgica, uma palestra para jornalistas cariocas convidados pelo Conde Adrien Van der Burch, comissário geral belga no evento, e por Roberto Bourdon, delegado oficial do Serviço de Publicidade do Ministério de Estradas de Ferro, Marinha, Correios e Telégrafos desse país.

Durante a visita ao pavilhão, Van der Burch destacou o funcionamento do setor em sua nação e indicou que, em sua opinião, dois problemas dificultavam a vinda de visitantes para o Brasil: a ausência dos serviços de turismo organizado no exterior e de fotografia profissional para confecção de cartões postais. Roberto Bourdon, por sua vez, relatou saber, pessoalmente, de queixas de estrangeiros que visitaram o Rio de Janeiro e sentiram falta de postais para serem levados como recordação dos principais pontos turísticos. Relataram também que os disponíveis eram muito caros e raros. O jornalista do diário pareceu impressionado com os pontos destacados por Van der Burch que, para ele, “já [era] um grande conhecedor do Brasil, percorrendo, perfeitamente, sobre os dons excepcionais com que o nosso país foi dotado pela natureza, suplantando em muitos deles as mais afamadas nações do universo” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 03 fev. 1923, p. 5).

A questão dos postais não era ignorada pela imprensa brasileira. Um pouco antes dessa palestra, a questão foi abordada na matéria “Como nos tempos da epidemia de gripe – os postais que se vendem por aí são o desmentido do nosso progresso”, publicada na *Gazeta* (06 jun. 1921, p. 3). A matéria discorreu sobre os postais produzidos na capital carioca, que não eram condizentes com a cidade em seu momento real, pois, naquele momento, ela se apresentava com a constante presença de pessoas, carros e bondes. No postal da Praça XV de Novembro, por exemplo, o Rio de Janeiro aparentava estar abandonado como “se ainda estivéssemos naqueles tormentosos dias da epidemia de gripe” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 06 jun. 1921, p. 3). E, como eram os turistas estrangeiros aqueles que mais compravam esse tipo de *souvenir*, isso poderia prejudicar a imagem do país no exterior.

Os cartões-postais têm a função de ser uma lembrança de lugares visitados e, por isso, trazem imagens dos principais pontos turísticos em fotografias profissionais. Não apenas isso, mas, naquele período, eles também tinham a função de evidenciar o “flagrante da vida intensa, do adiantamento comercial e do movimento das ruas”, elementos essenciais de uma cidade moderna (GAZETA DE NOTÍCIAS, 06 jun. 1921, p. 3).

É importante salientar o papel que os cartões-postais cumprem dentro da indústria turística não pode ser menosprezado. Além de despertar o interesse em conhecer determinado local, eles funcionam como publicidade e lugar de memória deste mesmo lugar (PERROTTA, 2009). Sendo assim, é fundamental que eles destaquem o que a cidade tem de mais atraente para que, assim, seja possível suscitar a curiosidade e executar sua função – algo que não parecia estar acontecendo no Rio de Janeiro da década de 1920.

Os atributos naturais da cidade-capital carioca não passavam despercebidos apenas para os belgas, eles eram notados por todos que desembarcavam na cidade. Em nossa visão, a

Exposição do Centenário foi fator indispensável para que a organização do turismo passasse a ser pensada com mais seriedade, uma vez que promoveu um fluxo considerável de estrangeiros para o país.

Um forte indício disso foi o lançamento de três guias para visitantes naquele ano em que se celebrou o centésimo aniversário da emancipação brasileira. O *Guia álbum da cidade do Rio de Janeiro centenário da independência*, uma publicação pequena, trazia a apresentação da Exposição e fotos da cidade. O *Guia e planta da cidade do Rio de Janeiro*, editado por Soria e Bofoni, bastante sucinto, destacava o desenvolvimento industrial e os seus serviços. E o *Guia Artístico do Rio de Janeiro*, editado pelo Photo Studio Huberti, que tinha o diferencial de apresentar textos em inglês e português (PERROTTA, 2015, p. 243-245).

Logo na apresentação do *Guia artístico* fica clara a intenção da publicação de que a “copiosa corrente de visitantes, patricios nossos e estrangeiros” que viria ao Brasil para a Exposição, pudesse levar um “modesto livro, onde estão registrados os aspectos principais da maravilhosa cidade” (HUBERTI, 1922, p. 2). É essa função que esse guia cumpre, além de indicar pontos a serem conhecidos, ser ele mesmo uma lembrança do país. Com textos descritivos e muitas fotografias, destacava-se os principais atrativos do Rio de Janeiro naquele período: a Avenida Central, a Avenida Beira-Mar, a Avenida Atlântica, o Leme, Copacabana, Ipanema, as ruas centrais, o Passeio Público, a Quinta da Boa Vista, o Jardim Botânico e o Jardim Zoológico, sem esquecer do Pão de Açúcar e do Corcovado.

Ao longo do guia, notamos uma série de propagandas de serviços que se intensificam na sua parte final: restaurantes, seguradoras, bancos, automóveis, roupas, fábricas e lojas de tapetes. Há um espaço substancial dedicado aos anúncios de hospedagem na cidade, relacionando uma gama de opções para atender aos turistas. O Hotel Avenida intitulou-se como o maior do Brasil, com “água corrente” e “telefone em todos os quartos” (HUBERTI, 1922, p. 46). O Hotel Central – Praia do Flamengo – ressaltou ser um “hotel de primeira ordem / banhos de mar. Magnífica vista para a baía de Guanabara” (HUBERTI, 1922, p. 62). O Hotel Majestic – Rio de Janeiro, na Rua das Laranjeiras, com unidade também em Petrópolis, chamava atenção para sua “cozinha de primeira ordem”, com “conforto moderno” e “preços módicos” (HUBERTI, 1922, p. 269).

O Hotel Astoria, na Avenida Rio Branco, distinguiu-se por ser o “único situado próximo dos banhos de mar e do centro comercial” (HUBERTI, 1922, p. 50). Já o Grande Hotel Internacional – Rio de Janeiro, localizado em Santa Tereza, trouxe seu reclame em quatro línguas – inglês, francês, alemão e espanhol – e salientou sua localização que possibilitava a vista para a entrada da Baía de Guanabara (HUBERTI, 1922, p. 275). Há, ainda, duas

propagandas menores, do Rio Palácio Hotel, no Largo de São Francisco, e o Fluminense Hotel, na Praça da República, ambos descritos como “estabelecimento[s] de primeira ordem” (HUBERTI, 1922, p. 276). Na página ao lado, anúncios do Rio Hotel, na Praça Tiradentes, e do Magnífico, na Rua Riachuelo (HUBERTI, 1922, p. 277) complementavam a seleção hoteleira.

Sobre esse último hotel, a *Gazeta de Notícias* destacou a reforma feita em suas instalações²⁵, um prédio que foi residência do Barão de Quartim. A matéria ressalta ainda que o hotel, reinaugurado em setembro de 1922, atendia aos padrões de conforto da hotelaria moderna, mas guardava a tradição, já que foram preservados elementos do período imperial, como pinturas e traços da arquitetura. Era justamente o padrão de qualidade das hospedagens que estavam em ascensão no Rio que a matéria fez questão de destacar:

Esse fato não pode deixar de nos encher de justificado júbilo, porquanto o bom hotel é sempre um dos fatores que melhor colaboraram no desenvolvimento a que uma grande capital tem naturalmente de atingir, para que assim ela possa não só hospedar convenientemente os turistas de nacionalidade estrangeira, como ainda os próprios visitantes do interior do nosso país (GAZETA DE NOTÍCIAS, 22 set. 1922, p. 3).

Entre os hotéis relacionados no *Guia Artístico do Rio de Janeiro*, nas propagandas ou na lista que contava com 34 opções, destacamos o Hotel Glória, que se destacava como “o maior e mais luxuoso da América do Sul” (HUBERTI, 1922, p. 243). Tal empreendimento, o Hotel Sete de Setembro, no Flamengo, e o Copacabana Palace foram planejados para atender à demanda até então estimada de visitantes que viriam para a Exposição. Apenas o Hotel Sete de Setembro e o Hotel Glória foram inaugurados antes do início do evento.

Em edição de janeiro de 1922, a capa da *Gazeta de Notícias* (26 jan. 1922, p. 1) destacou a preocupação do prefeito Carlos Sampaio com as opções para hospedagem na cidade para os “milhares de visitantes que o Rio hospedará durante as festas comemorativas do 7 de setembro”. Na intenção de fomentar a indústria hoteleira, especificamente nesse período, a matéria ressalta que o prefeito conseguira, com o Conselho Municipal, a aprovação de uma lei, que o autorizava a fazer adiantamentos para os interessados em investir em empreendimentos deste tipo na capital.

Datado de julho de 1921, o Projeto 21 autoriza o Prefeito a emitir apólices até a importância de cinco mil contos de réis para emprestar às cinco primeiras pessoas, que se dispusessem a construir grandes hotéis no Distrito Federal. O Conselho Municipal autoriza a emissão de apólices, conforme indicado no artigo 4: “Os hotéis

²⁵ O Magnífico Hotel funcionou até a década de 1940 no bairro da Lapa. O local depois abrigou o Colégio Mabe (1943-2011). Em 2012, sofreu um incêndio e foi reformado, tendo a sua fachada preservada. O prédio é tombado pelo IPHAN e, desde 2014, abriga o Hotel Vila Galé.

de que cogita a presente lei só poderão ser construídos nas avenidas: Wilson, Beiramar, Atlântica e do Leblon, devendo as construções ficar inteiramente concluídas, o mais tardar, a 21 de Agosto de 1922, sob pena do vencimento imediato da dívida toda, revertendo o remanescente para a Prefeitura” (HERMES, 2009).

O Hotel Sete de Setembro foi construído por iniciativa da própria prefeitura e as obras ficaram a cargo da empresa italiana dos construtores Srs. Jannuzzi & Irmão (GAZETA DE NOTÍCIAS, 26 jan. 1922, p. 1). Ele fora erguido na Avenida do Contorno (Avenida Rui Barbosa), no Flamengo, em frente ao Pão de Açúcar, na base do Morro da Viúva. Com mais de duzentos quartos, o hotel foi inaugurado em julho de 1922, porém, a prefeitura optou por arrendá-lo a terceiros, após a conclusão das obras (GAZETA DE NOTÍCIAS, 21 jul. 1923, p. 4)²⁶. Pouco tempo depois, os prédios que compunham o empreendimento passaram a ser usados para outras funções²⁷.

Já o Hotel Glória, localizado à Rua do Russel, entre os bairros da Glória e do Flamengo, foi inaugurado em agosto de 1922. Sua construção era vista como um passo importante dentro da configuração do Rio-moderno:

O Rio civiliza-se com rapidez, mas em matéria de hotéis era uma lástima. Afinal, os capitalistas decidiram-se e essa falta foi se tornando menor. Simplesmente, não há ainda no Rio um hotel que rivalize em conforto e luxo com o Majestic de Paris, o Kaiserof de Berlim, o Atlantic de Hamburgo e outros dessas e de outras capitais. Breve, porém com a inauguração do Hotel Glória, a cidade, nesse particular, nada deixará a desejar (GAZETA DE NOTÍCIAS, 12 ago. 1921, p. 2).

Projetado pelo arquiteto francês Joseph Gire, o prédio contava com oito andares e, por estar situado em uma elevação, tinha uma vista panorâmica da cidade e da Baía de Guanabara. Ele cumpriu a expectativa de ser um hotel de primeira classe, com 252 quartos, sendo 21 com banheiro privativo. Em sua estrutura, havia um salão de música, sala de leitura, sala de fumar, bar americano, restaurante, sala de jantar para 250 pessoas, jardins privativos e um grande terraço e dois elevadores exclusivos para os hóspedes. O hotel empregava 250 pessoas, incluindo os que falavam os principais idiomas. Constantemente, nos salões do hotel eram realizados chás-dançantes e bailes de gala (Enciclopédia Comercial, 1924, p. 336-337 *apud* CATTAN, 2003).

²⁶ Em matéria publicada no dia anterior, também na *Gazeta*, há a informação de que o prefeito havia decidido fazer um leilão do hotel, o que explica o título da matéria.

²⁷ Em decorrência de disputas entre o conselho municipal e a prefeitura, o Hotel Sete de Setembro ficou fechado desde o final do governo de Carlos Sampaio até 1924. A partir daí, seu conjunto original começou a ser desmembrado, com cessão de uma parte para a criação do Hospital Abrigo Arthur Bernardes (atual Instituto Fernandes Figueiras, da Fiocruz). Dois anos depois, em outros dois prédios, houve a instalação do Internato da Escola de Enfermagem Anna Nery. Mais dois prédios foram cedidos, até 1973, para a escola de enfermagem. Depois, o lugar foi entregue para a Casa do Estudante Universitário (CEU), que funcionou até 1995. Nesse mesmo ano, o imóvel que já era tombado pelo INEPAC, passou às mãos da UFRJ (HERMES, 2009).

Segundo notícia veiculada no jornal *A Noite*, antes mesmo da inauguração oficial do empreendimento, no dia 1º de setembro de 1922, ele já estava recebendo hóspedes, naturalmente, em virtude da proximidade do início das festas de comemoração do Centenário da Independência Brasileira. Por lá já se encontravam hospedados representantes das embaixadas do Chile, Peru, Bolívia, Paraguai e México. A nota exaltava as suas instalações, destacando que era “capaz de satisfazer aos mais exigentes”. “Não resta a menor dúvida de que o ‘Gloria Hotel’ atenderá magnificamente os fins a que se destina, isto é, a recepção de ‘touristes’ que procurarem conforto, luxo e admirável serviço” (A NOITE, 31 ago. 1922, p. 2).

O último dos empreendimentos hoteleiros encomendados para a Exposição, o Copacabana Palace, não ficou pronto a tempo, sendo inaugurado em 13 de agosto de 1923, com a presença do então presidente da República, Arthur Bernardes. Octávio Guinle, experiente investidor do setor – era proprietário do Hotel Palace, no Rio, e do Hotel Esplanada, em São Paulo – foi quem assumiu o desafio. Essa construção configurava-se uma verdadeira aposta no processo de modernização do Rio de Janeiro, dada a grandiosidade do projeto, o que mobilizou somas vultosas de dinheiro em uma época em que o bairro de Copacabana ainda estava se configurando como um local turístico.

Guinle investiu na compra dos terrenos na Avenida Atlântica, contratou o mesmo arquiteto francês responsável pelo Hotel Glória, Joseph Gire, e lançou títulos resgatáveis da Companhia de Hotéis Palace no mercado. Em contrapartida ao desafio que enfrentava, ele recebeu do governo isenções fiscais e a autorização para abrir um cassino no local como forma de garantir o retorno do seu investimento (O’DONNELL, 2013, p. 111). O cassino também foi inaugurado, no entanto, uma decisão federal proibiu o jogo no Brasil a partir de 1924 (BOECHAT, 1998, p. 36), tendo funcionado por pouco tempo, só voltando à ativa em 1933.

A expectativa com a inauguração deste empreendimento era tanta que a *Gazeta de Notícias*, dias antes da inauguração, fez uma matéria intitulada “Os grandes empreendimentos nacionais”, seguida do subtítulo “O Copacabana Palace será um atestado grandiloquo do nosso progresso”, na qual descrevia-se o hotel e exaltava-se a reformulação estética do Rio de Janeiro dos últimos vinte anos, que resultou na transformação da cidade na “Capital da Beleza”.

A vida do Rio teve já um surto benéfico de transformação [...] fez-se agora como que o ponto de convergência de milhares de pessoas, forasteiros, que sentindo-se perfeitamente acomodados quanto à residência, têm, outrossim, oportunidade de contemplarem com desvanecimento as belezas deste rincão tão bem tratado pela natureza (GAZETA DE NOTÍCIAS, 8 ago. 1923, p. 3).

Isso não era à toa. A obra concluída, podemos verificar que o Copacabana Palace seguiu os padrões internacionais de beleza, hospedagem e serviços como eram previstos em seu projeto, com inspiração nos hotéis da Riviera Francesa. As suas dependências passaram a ser usadas para chás-dançantes, recepções e bailes de carnaval para a grande sociedade.

Em meio ao cimento alemão, ao mármore de Carrara, aos vidros e lustres da Tchecoslováquia, aos móveis franceses e aos cristais da Boêmia, nascia, com 250 quartos do hotel, a firme sugestão de que aquele seria, sem tardar, o primeiro grande balneário brasileiro, herdeiro estético e ideológico de um estilo de vida identificado com os mais sofisticados metros quadrados do litoral europeu (O'DONNELL, 2013, p. 111).

Vale ressaltar que a inauguração do Copacabana Palace em frente a uma praia oceânica foi um risco calculado, posto que o momento coincidia com o período em que o litoral começava a ser valorizado como um elemento turístico. O *Guia Artístico* já relacionava a Avenida Atlântica, Leme, Copacabana e Ipanema em seus verbetes, destacando que, durante a estação de banhos, as praias eram muito frequentadas, revelando, inclusive, os banhos de mar do rei Alberto, da Bélgica, durante sua presença no Rio de Janeiro. Constava no material, ainda, a informação sobre a existência dos postos de socorro por conta do perigo que o mar oferecia em determinados momentos (HUBERTI, 1922, p. 66).

Embora não tenhamos qualquer número oficial ou pesquisa que comprove a vinda de um volume maior de turistas para o Rio de Janeiro durante a Exposição, notamos que os diários registravam a constante chegada de visitantes à cidade, às vésperas da inauguração. Muitas eram autoridades de diversos países, contudo, nas mesmas embarcações, vinham também turistas, como podemos perceber no seguinte texto: “Entre o grande número de passageiros do ‘Princesa Mafalda’ figurava o nome do Dr. Clarimundo Mendieta, governador da província de Santa Fé” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 06 set. 1922, p. 4).

A notícia se desenvolveu discorrendo sobre os representantes das autoridades do Uruguai que também estavam nesse navio e sobre os demais governadores de outras províncias argentinas que aportariam no Rio de Janeiro nos navios “American Légion” e “Alsina”, ainda naquele dia, para as festas de comemoração da independência brasileira. Em outro navio, da *Lamport & Holt Line*, vieram estudantes universitários da Argentina (GAZETA DE NOTÍCIAS, 06 set. 1922, p. 2).

Na mesma edição, há informações sobre o navio norte-americano “Pan América”, que navegara por onze dias de Nova York ao Rio de Janeiro e “trouxe uma multidão de passageiros, a maioria os quais localizados em primeira classe, representantes oficiais dos governos inglês e canadense, comerciantes, banqueiros e, sobretudo, ‘touristes’” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 06

set. 1922, p. 4), todos interessados em participar dos eventos comemorativos confeccionados para o próximo dia. Além disso, encontramos informações que, na mesma embarcação, havia a presença de representantes da Associação Comercial de Tóquio com igual finalidade.

Ainda nessa edição, o periódico revelou o conteúdo de um telegrama, enviado pelo presidente de Portugal, que, por problemas na embarcação em que viajava, não conseguiu chegar a tempo da celebração do centenário, sendo previsto seu desembarque para o dia 15 de setembro (GAZETA DE NOTÍCIAS, 06 set. 1922, p. 4). Notamos, também, o movimento de turistas brasileiros como os que vieram de trem de São Paulo – cerca de 1200 pessoas só naquele dia – e do pacote de Pernambuco (GAZETA DE NOTÍCIAS, 06 set. 1922, p. 2).

Já no jornal *A Noite* (14 ago. 1922, p. 3), em uma coluna chamada “O centenário”, a edição trouxe uma série de informações sobre visitantes estrangeiros que viriam para o Rio de Janeiro por ocasião da comemoração. A primeira nota fez referência a um contrato entre o governo e a firma Rocha Miranda & Filhos, proprietária do Hotel Glória, “para o arrendamento de 120 peças do mesmo hotel, durante o tempo que durarem as festas do Centenário. Sabemos que são 30 apartamentos e 90 quartos, destinados, segundo ouvimos, à hospedagem de jornalistas e diplomatas estrangeiros”.

Há, ainda, a notícia sobre turistas vindos de Buenos Aires, nos vapores “Maldonado” e “Artigas”, que pernoitariam nas embarcações por não terem encontrado disponibilidade de alojamento nos hotéis cariocas durante a Exposição (A NOITE, 14 ago. 1922, p. 3). Essa questão sobre a ausência de locais para hospedagem parece ter sido um problema recorrente, uma que em um dos primeiros encontros da Comissão de Propagandas e Festejos esse tema foi abordado, como veremos adiante.

Ainda na edição de *A Noite*, outra nota tratava sobre o fretamento de três vapores pela *Thomas Cook and Sons* para trazerem turistas dos Estados Unidos para o Brasil a fim de participarem das festas do Centenário. Inicialmente, as embarcações “Vetriss”, “Vandyck” e “Vauban” iriam viajar pela *West Indies* e, na sequência, fariam uma escala de quinze dias no Rio de Janeiro (A NOITE, 14 ago. 1922, p. 3). Na mesma coluna, uma outra nota trouxe informações sobre a nomeação de Cyrus H. Curtis, presidente da *Curtis Publishing Co.*, responsável pela publicação da revista semanal *Saturday Evening Post*, como delegado dos Estados Unidos para a Exposição. O texto ressaltava que tal publicação tinha uma circulação de dois milhões e duzentos mil exemplares, o que poderia gerar grande visibilidade ao Brasil em terras norte-americanas.

Em edição do dia 6 de setembro da *Gazeta de Notícias* encontramos informações interessantes sobre o cuidado com os jornalistas estrangeiros que vieram cobrir o certame. Uma

comissão de sócios do Círculo de Imprensa²⁸ fora nomeada, sob a presidência de Silvério Lobo, para auxiliar os profissionais de fora do país. No recinto do evento, destinou-se um salão no Palácio Monroe especialmente para a imprensa (GAZETA DE NOTÍCIAS, 06 set. 1922, p. 2). O periódico relacionou os profissionais estrangeiros que se inscreveram para participar da cobertura do evento. Os nomes estão quase ilegíveis, mas conseguimos verificar que havia correspondentes da Argentina, Portugal, Chile, França e Estados Unidos.

Para esses repórteres foram preparadas homenagens e um roteiro especial, como salientou o jornal *O Paiz*. No dia 14 de setembro, estava programada “uma excursão pela Gávea e pontos pitorescos da Tijuca, sendo-lhes oferecido um almoço no Hotel Itamaraty” (O PAIZ, 14 set. 1922, p. 1). Além disso, iriam a uma excursão pelo interior da Baía de Guanabara e, outra, a São Paulo onde visitariam estabelecimentos industriais e participariam de um “banquete” oferecido pela Associação de Imprensa²⁹.

É possível notar através das informações apresentadas pelos jornais que, mesmo sem um controle oficial, o Rio de Janeiro foi escolha de destino de pessoas de diferentes partes do mundo em setembro de 1922, cumprindo a expectativa da Exposição. E, de maneira geral, a capital carioca conseguiu mostrar que estava pronta para atender a essa demanda, apresentando infraestrutura e serviços compatíveis com qualquer outra cidade moderna do mundo.

Já no dia da inauguração e do Centenário da Independência propriamente dito, a *Gazeta de Notícias* fez uma publicação de dezesseis páginas em comemoração à data e, como era de se esperar, havia muitas referências ao evento que se iniciava. Em uma dessas páginas, fez questão de saudar os turistas:

Aos estrangeiros, aos filhos de outras terras, para aqui enviados por seus governos, em missão oficial, ou trazidos simplesmente por atração de simpatia, a eles, neste inesquecível dia do nosso primeiro Centenário de nação livre, o nosso reconhecimento coletivo!

O povo brasileiro, generoso por índole, os acolhe com amor, na esperança de que a vida de todos os seus respectivos países se assinala sempre em festas como esta nossa, na comunhão da paz internacional, na glorificação da Liberdade, da Ordem, da Independência, e do Trabalho! (GAZETA DE NOTÍCIAS, 07 set. 1922, p. 6).

²⁸ O Círculo de Imprensa era uma associação de jornalistas que foi fundada em 10 de junho de 1922. “A ideia de criação da nova sociedade, pelos seus fins elevados, em que se destaca principalmente a defesa dos interesses da classe, que vai agremiar sob uma organização garantidora da sua eficiência, despertou o maior entusiasmo entre os nossos profissionais da imprensa. Tanto assim que, já agora, cerca de duzentos deles estão solidários com o auspicioso movimento em torno da feliz e oportuna iniciativa” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 08 jun. 1922, p. 2).

²⁹ A Associação de Imprensa, fundada em 1908 tornou-se, posteriormente, a Associação Brasileira de Imprensa (ABI).

No *Jornal do Brasil*, do mesmo dia, há uma relação com nomes de alguns embaixadores e representantes estrangeiros presentes na comemoração, pois “seria longo enumerar, nesta referência, todas as delegações, nos Congressos que se realizam, representações de diversas municipalidades de capitais e Estados, sul e norte-americanos, e finalmente, delegações comerciais e industriais” (JORNAL DO BRASIL, 07 set. 1922, p. 5). O periódico preferiu destacar o que chamou de “embaixadores especiais”, oriundos dos seguintes países: Estados Unidos, Japão, França, Inglaterra, Bélgica, Itália, Noruega, Bulgária, Argentina, Chile, Uruguai, Peru, México, Bolívia, Paraguai, Venezuela e São Salvador. Embora tais autoridades não necessariamente representassem os turistas em si, a presença deles ajuda a entender o lugar que o Brasil estava ocupando no cenário internacional.

Já na edição de *O Paiz*, foram sete páginas dedicadas à Exposição, com um texto introdutório defendendo que, apesar do atraso nas obras para construção do evento, “dá já bem nítida ideia do nosso adiantamento material, do desenvolvimento econômico e cultural do Brasil” (O PAIZ, 07 set. 1922, p. 11). No decorrer do texto, foram descritos todos os pavilhões, inclusive os internacionais, palácios, atrativos, serviços como bares e restaurantes e os produtos expostos (agrícolas, industriais e alimentares).

Entre os diversos pontos enumerados na publicação, é importante atentar para a preocupação com o campo de informações voltadas aos visitantes. Havia um setor de serviços onde era possível conseguir dados econômicos do país e acessar um arquivo de matérias publicadas na imprensa sobre a preparação da Exposição ao longo do tempo e de outras atividades realizadas para a comemoração do centenário. Ademais, era possível também observar um arquivo de fotos das obras da construção³⁰. Destacou-se, ainda, a distribuição de 250 mil cartazes de propaganda entre as autoridades federais, estaduais e municipais, proprietários das estradas de ferro e particulares. Além disso, foram produzidos filmes sobre as principais cidades dos estados brasileiros para serem exibidos durante o certame, evidenciando suas atividades econômicas (O PAIZ, 07 set. 1922, p. 11-17).

Mais de um mês depois de iniciada a Exposição, em meados de outubro de 1922, uma matéria do jornal *O Paiz* deixou ainda mais evidente a preocupação com a vinda de turistas. Segundo o texto, a Comissão de Propaganda e Festejos, criada há cinco dias, começara a implementar ações efetivas para fomentar a presença de visitantes no local. Uma delas foi a

³⁰ A matéria informa que havia 16.932 recortes de jornais de diferentes veículos da imprensa brasileira em geral sobre o Centenário da Independência Brasileira e suas comemorações, sendo possível, aos interessados, ter acesso a uma biblioteca com 3.768 volumes que disponibilizavam informações sobre o Brasil. Em relação às fotografias, o acervo contava com 335 imagens. O responsável por esse setor era Gustavo Adolpho Baily, ex-funcionário do escritório de informações do Brasil em Paris. (O PAIZ, 07 set. 1922, p. 15)

organização de uma reunião, ocorrida no Palácio Monroe, com a presença do “sr. Ferreira Ramos, delegado geral da Exposição; Conde Van der Burch, almirante Antonio Sampaio e doutores Sebastião Sampaio e Armando Pamplona”, membros da Comissão, diretores das companhias de navegação nacionais e estrangeiras, representantes dos diretores das estradas de ferro e proprietários de hotéis da cidade (O PAIZ, 17 out. 1922, p. 2).

No início da reunião, Sebastião Sampaio³¹, que a conduziu na maior parte do tempo, anunciou que havia se encontrado com os comissários de todos os países estrangeiros “tendo ali ficado deliberado não só que se promovesse aquela reunião, mas ainda o dia de cada uma das nações e dos Estados brasileiros e outras providências”, que, no momento oportuno, seriam anunciadas (O PAIZ, 17 out. 1922, p. 2).

Uma das intenções dessa comissão era promover grandes festas diárias³² na Avenida das Nações, como a que teria, no dia 27 de outubro, em comemoração ao “Dia da Itália”. No entanto, para efetivar esse objetivo era necessário também o apoio dos donos de hotéis, dos diretores das estradas de ferro e das companhias de navegação. Foi essa Comissão a grande responsável, como vimos, pela organização dos bailes carnavalescos de 1923 no Palácio das Festas e na Avenida das Nações.

O objetivo central dessa reunião, portanto, era traçar ações em parceria com os presentes para pensar em estratégias, a fim de estimular a movimentação de pessoas na Exposição. Ao longo da matéria, argumentava-se que tal esforço não fora feito no período da inauguração porque, como aconteceu em várias edições realizadas em outros países, ela não estava completamente estruturada naquele momento. Assim, os representantes de missões diplomáticas, científicas e literárias “cumpriram seu papel protocolar, voltaram aos seus países, mas aqui ainda estão os comissários estrangeiros, que de certo hão de assistir ao encerramento do nosso certame” (O PAIZ, 17 out. 1922, p. 2). Portanto, era uma lógica simples: dado que o evento não estava, completamente, pronto, não se intensificou a propaganda para que os turistas viessem

³¹ Sebastião Sampaio, além de ter sido diretor-geral de festas na Exposição de 1922, atuou como diplomata, jornalista e escritor. Na carreira diplomática, ocupou diversos cargos como cônsul do Brasil em Saint Louis, nos Estados Unidos, adido comercial da embaixada em Washington, cônsul-geral em Nova York, diretor negociador dos Tratados Comerciais e dos Serviços Comerciais do Itamaraty, chefe de Missão Especial, junto aos governos de Londres, Paris, Bruxelas, Haia, Berlim, Estocolmo, Oslo, Copenhague, Praga, Viena, Madri e Lisboa. Também foi o primeiro presidente executivo do Conselho Federal de Comércio Exterior e membro do Conselho Diretor das Associações Comerciais do Brasil e do Rio de Janeiro. Ocupou, ainda, o cargo de secretário-chefe de redação do *Jornal do Commercio*, foi diretor-fundador e redator-chefe da revista mensal, em inglês, *Brazil*, editada em Nova York, e redator de outros periódicos do Rio de Janeiro. Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro (IHGB). Disponível em: <https://ihgb.org.br/perfil/userprofile/ssampaio.html>. Acesso em: mar./ 2020.

³² Notamos que nos jornais da época essas datas comemorativas, realmente, aconteceram na Exposição. Encontramos referência ao dia do Japão, de Portugal, dos Estados Unidos, entre outros.

participar de algo incompleto e que, provavelmente, poderia gerar uma má impressão em relação ao que viram.

Mas, nesse contexto, o momento era outro e fazia-se necessário implementar formas de fomentar o turismo na principal comemoração do Centenário. Sebastião Sampaio lembrou, como observamos na matéria, que a companhia de viagens marítimas *American Express* organizou um serviço de viagens circulares para a América que viria a acontecer nos três primeiros meses de 1923, “sendo de esperar que, por esse meio, milhares de forasteiros venham a tocar no Brasil, visitando nossa exposição” (O PAIZ, 17 out. 1922, p. 2).

Já em relação às hospedagens no Rio de Janeiro, segundo Sampaio, a imprensa noticiou que não haveria acomodações disponíveis, o que trouxe consequências complicadas, porém, ele esclareceu:

[...] para o interior do Brasil, como para o estrangeiro, quais as verdadeiras condições em que se encontram os hotéis do Rio, pois o que ele, orador, pode apreciar, e a Agência Americana, há cerca de um mês transmitiu para os Estados, foi que havia em nossa capital cômodos vazios, sendo normais as condições de vida da nossa ‘urbs’-(O PAIZ, 17 out. 1922, p. 2).

É interessante notar que, sobre a mesma questão, o jornal *A Noite* publicou a nota “Na sessão de hoje do conselho” sobre a preocupação do governo brasileiro com isso, antes mesmo do início das comemorações, oferecendo facilidades aos construtores de hotéis, como citamos anteriormente, e também, aos empreendedores menores. A notícia discorria sobre a sessão do Conselho Municipal do Rio de Janeiro, que, primeiro, votara o valor que seria destinado à construção da estátua de Santos Dumont, com instalação prevista na Avenida do Contorno, no Morro da Viúva. E, em seguida,

na ordem do dia, também figuravam dois projetos de oportunidade, que são: o que autoriza o prefeito a tomar as medidas necessárias a assegurar à cidade seu abastecimento, durante as festas do Centenário, e o que isenta de pagamento de impostos, até 31 de dezembro do ano corrente as casas particulares que se transformarem em casas de cômodos ou de pensão, projeto também visando às necessidades decorrentes da invasão de turistas no Centenário. Esses projetos, aliás, toda a ordem do dia, foram aprovados (A NOITE, 22 ago. 1922, p. 13).

Voltando à fala de Sebastião Sampaio, publicada no jornal *O Paiz* (17 out. 1922, p. 2), foi relatado que algumas companhias de viação férrea estavam fazendo abatimento do preço de suas passagens, principalmente a Central e a Leopoldina, para facilitar a circulação de pessoas. E, lembrou que, os comissários estrangeiros estavam pedindo às companhias de navegação americanas – e fariam o mesmo com as europeias – para que os navios que fizessem escala no Rio de Janeiro ficassem por, pelo menos, dois dias, ao invés de apenas um, durante o período

da Exposição, alegando que isso agradaria aos passageiros. Sugeriu, ainda, que o Lloyd Brasileiro³³ estabelecesse, a título de experiência, uma linha diária entre o porto carioca e o de Santos.

A sua fala “terminou concitando os hoteleiros, diretores de companhias de navegação e estradas de ferro a, em uma ação conjunta, promoverem meios de facilitar a vinda de nacionais e estrangeiros ao Rio”. Na sequência, o conde belga de Van der Burch discursou em francês, elogiando, efusivamente, o evento, dizendo que ele surpreendia os estrangeiros, posto que não se imaginava que o Brasil estava tão desenvolvido industrialmente quanto se comprovava naquele período. Segundo o periódico, o conde

[...] disse que o Brasil é um dos países mais encantadores do mundo e que poderemos transformar em uma verdadeira estação de descanso.

O turismo ainda pode ser uma grande indústria no Brasil. Ele o pode dizer, porque já dirigiu o turismo em um país, onde entravam por ano, em ouro, graças a essa indústria, 250.000 contos de réis.

A França está recebendo anualmente cerca de 50 mil americanos, que para ali se transportam com seus luxuosos automóveis.

Em 1921, visitaram a Europa 250 mil americanos. Mas para isso é preciso o entendimento dos hoteleiros e companhias de transportes, evitando abusos que, aliás, existem em todos os países.

Diz que a exposição é um excelente momento de lançarmos essa indústria, recordando a conveniência da fundação de uma liga de turistas como há na Bélgica, onde se despenderam em publicidade 40 mil “dollars”, atraindo cerca de 150 mil estrangeiros.

[...]

Diz que ele, como os demais comissários, estão prontos a desenvolver, na medida de suas forças, essa propaganda de publicidade (O Paiz, 17 out. 1922, p. 2).

A matéria foi finalizada com a resposta dos presentes que, de maneira geral, prometeram estudar medidas possíveis para atender às sugestões da Comissão, objetivando trazer mais turistas para a Exposição. Tal notícia nos revela que a organização do evento estava comprometida em movimentá-lo, assim como em incentivar o turismo no Rio de Janeiro, ainda que essa atividade estivesse despertando no país.

Uma das ações citadas na matéria foi anunciada meses antes em nota veiculada também no periódico *O Paiz*. Segundo o jornal, os agentes da *U.S. Shipping Board* concederiam desconto aos turistas que se interessassem em participar do evento de comemoração do Centenário Brasileiro, redução que entraria em vigor no dia 1º de julho de 1922 e duraria até o

³³A companhia nasceu da fusão de pequenas empresas brasileiras do setor de navegação, no início do período republicano, e foi responsável por criar linhas transoceânicas que ligavam, inicialmente, o Brasil à Europa.

final do ano. O valor de ida e volta seria 450 dólares enquanto, normalmente, cada passagem de Nova York ao Rio custava 295 dólares ou do mesmo lugar para Santos, 305 dólares (O PAIZ, 27 abr. 1922, p. 5).

Efetivamente, localizamos algumas notícias que se referiam diretamente à vinda de visitantes estrangeiros durante o período da Exposição. Embora elas não forneçam indícios de como as estatísticas foram mensuradas, acreditamos que, de alguma maneira, elas podem se aproximar da realidade e que, à época, é provável que os periódicos dispunham de indicadores que os fizessem divulgá-los. Não desconsideramos, contudo, o entusiasmo gerado na imprensa com a realização do evento e nem o poder de influência que os veículos de comunicação exerciam na sociedade, podendo divulgar informações simplesmente para ratificar seu ponto de vista. No caso em questão, a defesa de um fluxo considerável de estrangeiros para o Rio de Janeiro durante a Exposição.

Em *O Paiz* (24 jan. 1924, p. 3) encontramos dados de que pelo menos 10 mil norte-americanos vieram ao Brasil para conferir o evento, sem contar com as pessoas de outras nacionalidades e que, em razão disso, o país deveria investir mais no setor turístico que se mostrava promissor. No *Jornal do Commercio*, em matéria que reproduziu o discurso do delegado geral da representação dos Estados Unidos no evento, identificado como Sr. Collier, nos deparamos com uma divergência em relação à informação anterior. Segundo ele, cerca de seis mil norte-americanos estiveram presentes e “serão outros tantos propagandistas dos atrativos do Rio. Outros milhares virão e, se encontrarem aqui entretenimentos condignos, muitos milhões de dólares entrarão para a vossa economia com a rendosa indústria do turismo” (JORNAL DO COMMERCIO, 18 dez. 1923, p. 6).

Como dissemos, não dispomos de fontes suficientes para comprovar os dados mencionados anteriormente. Porém, de acordo com notícias que vimos nos jornais sobre as embarcações com turistas norte-americanos chegando ao Brasil para a Exposição, tendemos a acreditar que o evento contou a presença de um número substancial de visitantes deste país, por mais entusiasmado que estivesse tal representante com a cidade – “deixe que eu diga agora, para que todo o Brasil saiba, o meu êxtase diante das incomparáveis belezas do Rio de Janeiro” (JORNAL DO COMMERCIO, 18 dez. 1923, p. 6).

O jornal *A Noite*, de fevereiro de 1923, apesar de não trazer números, contou sobre a chegada de turistas para o evento. Discorreu sobre o navio “Reliance”, saído de Nova York, nos Estados Unidos, “tendo tocado em Havana, Christobal, La Guayra e Trindade. No porto desta capital, ele se demorará quatro dias, a fim de que os excursionistas que nele viajam possam visitar esta capital e a Exposição do Centenário, seguindo para Santos, onde receberá mais

passageiros [...]” (A NOITE, 26 fev. 1923, p. 2). Na sequência, o navio iria voltar ao Rio para permanecer mais alguns dias, antes de partir para o local de origem.

Diante de tudo que foi exposto, é possível afirmar que a Exposição movimentou o setor turístico ainda antes da sua consolidação no país. A imprensa, animada com a presença de estrangeiros, veiculava informações cada vez mais constantes de visitantes em solo brasileiro. E, uma vez que pessoas passaram a vir para o Rio de Janeiro, seja pelo evento ou atraídos por suas belezas naturais, se fez necessário um serviço que as amparasse. A Exposição do Centenário não só servira para mostrar ao mundo que a modernidade também estava em ebulição no Brasil, mas, em nosso entendimento, configurou-se como um elemento importante para o desenvolvimento turístico do país.

2.3.1 A Sociedade Brasileira de Turismo

Diante do fluxo de visitantes que estiveram no Rio de Janeiro durante as celebrações do aniversário da nossa emancipação política e mesmo durante a Exposição, muito se discutiu sobre necessidade da organização do turismo no Brasil. Um dos passos fundamentais nesse sentido foi a criação da Sociedade Brasileira de Turismo, em 1923. Essa foi primeira entidade voltada, exclusivamente, à promoção da área em processo de desenvolvimento no país e passou, em 1926, a ser chamada de *Touring Club* do Brasil.

Há ainda outros acontecimentos relevantes na década de 1920 que, associados ao mencionado evento, constataram o interesse no desenvolvimento da atividade turística no Rio de Janeiro, como o lançamento da pedra fundamental do Cristo Redentor (1922), a criação dos hotéis Glória (1922) e Copacabana Palace (1923). Temos, também, a inauguração do Hipódromo da Gávea (1926) e a criação da viação *New York, Rio and Buenos Aires Line* (1929) (CASTRO; FREIRE-MEDEIROS, 2013, p. 18). Soma-se a isso, o fato da cidade-capital, durante toda a década, ter recebido visitantes ilustres de diversas áreas que desfilaram em suas ruas, com generosos e detalhados relatos nas revistas ilustradas. A capital carioca, ao lado de Buenos Aires, era escala obrigatória das turnês internacionais e cada celebridade estrangeira que desembarcava no porto era recebida por um grupo de intelectuais e jornalistas o qual a acompanhava durante toda estadia (SANTUCCI, 2015, p. 73)³⁴.

³⁴ Jane Santucci (2015, p. 73-74) lista alguns desses nomes como o artista italiano Marinetti, um dos criadores do movimento estético futurista, que esteve no Rio de Janeiro em 1926, o cientista Albert Einstein, que fez uma palestra, em 1925, no salão do Automóvel Club, e a chegada das misses de todas as nações para participarem do “Miss Universo” de 1929.

Entre os nomes que visitaram o Rio de Janeiro nos anos 1920 está o poeta francês Blaise Cendrars, “suíço de nascimento e cosmopolita de temperamento, cujas obras são de uma grande beleza” (CORREIO DA MANHÃ, 29 dez. 1929, p. 2). O intelectual veio ao Brasil pela primeira vez em 1924, desembarcou em São Paulo e, depois, seguiu para a capital carioca com Oswald de Andrade e Tarsila do Amaral, dois dos principais nomes do movimento modernista no Brasil. Segundo o *Jornal do Brasil* (06 fev. 1924, p. 6), a data da viagem foi escolhida, especialmente, para que pudesse assistir ao carnaval. Além de se encantar com o festejo, subiu o Morro da Favela sozinho e fez contato com Donga³⁵ e outros sambistas (SANTUCCI, 2015, p. 74).

Cendrars era próximo aos modernistas brasileiros e contribuiu na elaboração de um dos propósitos desse movimento que era buscar uma identidade nacional para a arte, que se fazia aqui (JACQUES, 2000, p. 192). A sua intenção em conhecer o carnaval do Rio de Janeiro reforça a ideia de que, não só a festa já era interpretada como uma característica cultural do nosso país, como também a sua fama, de alguma forma, havia rompido as fronteiras do país e não estando restrita aos seus limites.

A criação da SBT, além de fomentar o setor turístico, também pretendia chamar atenção para a necessidade de atração de investimentos para a área de propaganda no exterior. Como o setor não era organizado, a escassez de informações mais detalhadas acabava fazendo com que, apesar da curiosidade despertada, muitos visitantes não efetivassem suas viagens ao Brasil. A *Gazeta de Notícias* já anunciava esse obstáculo em 1922:

[...] O interesse que está despertando o nome do Brasil no estrangeiro, de onde todos os dias chegam pedidos de informações que digam respeito as nossas coisas, individualidades, possibilidades econômicas, etc., vem mais uma vez lembrar a necessidade de ser criada em bases mais amplas e melhor organizadas, do que já tivemos, uma aparelhagem de propaganda do nosso país que concorra pra diminuir a grande barreira de afastamento através da qual o mundo nos tem olhado até hoje (GAZETA DE NOTÍCIAS, 15 jul. 1922, p. 2).

O *Jornal do Comércio*, no dia da inauguração da SBT, registrou nota sobre o evento, ressaltando que a associação “se destina à propaganda inteligente das riquezas e belezas naturais do nosso formosíssimo país, e ainda ao amparo e auxílio dos ‘turistas’ que nos visitam” (JORNAL DO COMMERCIO, 09 nov. 1923, p. 5). De acordo com Valéria Guimarães (2012, p. 133), a própria entidade identificava sua função como algo maior do que apenas o desenvolvimento do turismo, era uma prestação de serviço à nação brasileira.

³⁵ Donga era o apelido de Ernesto Joaquim Maria dos Santos, sambista carioca nascido em 1890. Compositor e violonista, era filho da Tia Amélia, que pertencia ao grupo das baianas da Cidade Nova.

Isso fica ainda mais evidente no discurso proferido pelo secretário-geral da SBT, Cerqueira Lima, em almoço organizado pelo Rotary Club e reproduzido no *Jornal do Commercio*. Segundo ele, os governos patrióticos costumavam apoiar as iniciativas particulares daqueles que desejavam desenvolver o turismo, como aconteceu nas “velhas nações do mundo” e que o Brasil deveria seguir o mesmo caminho:

O Brasil deve pressurosamente seguir tal exemplo, nação grande e rica que é “pela própria natureza”, cujo surto econômico, ainda há bem pouco, por ocasião da Exposição do Centenário, revelou ao estrangeiro, que nos honrou com sua visita, o extraordinário desenvolvimento da sua lavoura, indústria e comércio (JORNAL DO COMMERCIO, 18 dez. 1923, p. 6).

A SBT, mais que uma associação voltada a atrair viajantes para o Brasil ansiosos por conhecer suas belezas naturais, queria chamar atenção no exterior para “todas as possibilidades de emprego de capitais na exploração dos vários ramos da atividade nacional” (JORNAL DO COMMERCIO, 10 nov. 1923, p. 3). Ela comprometeu-se também em tentar uma parceria junto aos hotéis e às empresas de navegação, de viação férrea e outros transportes para a promoção de incentivos, que contribuíssem com o desenvolvimento do gosto pelas viagens e excursões.

No dia seguinte à sua inauguração, a *Gazeta* destacou que os “espíritos empreendedores” foram responsáveis pela sua organização, que há muito tempo fazia-se necessária no país. Ainda segundo o jornal, a cidade do Rio de Janeiro seria bastante beneficiada por essa iniciativa: “Cidade ideal para seduzir os forasteiros e todos aqueles que se dão ao agradável desporto de flunar pelo mundo, a nossa esplêndida ‘urbs’, com deslumbramento de seus panoramas e com a sua baía inigualável, merecia que a dotassem de uma instalação para esse fim” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 10 nov. 1923, p. 3). A matéria seguiu enaltecendo as vantagens econômicas para o comércio e para a economia do Brasil que o crescimento do turismo poderia proporcionar.

Um braço importante para a atuação da SBT foi a criação da *Revista Brasileira de Turismo*, que teve seu primeiro número publicado em julho de 1924. O objetivo da publicação era divulgar as ações da entidade e incentivar, principalmente, o turismo automobilístico do país, destacando lugares e serviços ligados à área. Por mais que o periódico fosse de abrangência nacional, o Rio de Janeiro ganhava espaço especial, apresentando, nas suas primeiras edições, um guia da cidade (DAIBERT, 2014), o que nos permite constatar a centralidade da então capital federal quando o assunto era o avanço do turismo no território nacional.

Essa revista foi um importante veículo para a divulgação da importância do desenvolvimento do turismo brasileiro. Além de fomentar iniciativas, o periódico destacava o apoio do poder público ao setor. No estudo feito por André Daibert (2014), o autor indicou que, em sua quinta edição, publicada nos meses de maio e junho de 1927, foram feitas várias citações positivas em relação às ações do prefeito Prado Júnior para o embelezamento da cidade, indicando o comprometimento municipal com a questão turística.

Ainda de acordo Daibert (2014), na edição de lançamento, há uma referência à Sociedade Anônima de Viagens Internacionais (SAVI), citada como a primeira empresa brasileira especializada em viagens para o exterior. A matéria relatou excursões organizadas por essa entidade para Roma, França, Terra Santa, entre outros lugares. A excursão para a cidade italiana e outros locais de santuários, que seria realizada em 1925, foi tema de matéria no *Correio da Manhã* (23 ago. 1924, p. 2) no ano anterior ao embarque. Em julho de 1925, encontramos um anúncio sobre a segunda peregrinação a Roma, também organizada pela SAVI, com informações de todo itinerário e valores da viagem (CORREIO DA MANHÃ, 05 jul. 1925, p. 6).

A função dessa associação era, em linhas gerais, conduzir brasileiros para conhecer outros países e, embora isso não garantisse a vinda de visitantes internacionais ao nosso país, o aumento na procura por viagens com intenção turística evidencia como o setor apresentava crescimento. Ângelo Orazi, gerente da empresa, em entrevista ao *Correio da Manhã*, comentou que o turismo brasileiro estava dando os primeiros passos e que ainda precisava superar algumas barreiras para que realmente conseguisse se desenvolver. “A expansão turística nacional terá de vencer ainda dois fatores primordiais que são a nenhuma importância que lhe dispensam nossos poderes públicos e a indiferença que lhe vota, por enquanto, o povo brasileiro” (CORREIO DA MANHÃ, 03 jul. 1926, p. 9). Contudo, ele tinha esperança de que, em pouco tempo, essa seria indústria florescesse e constatava isso por sua empresa que, em apenas dois anos, levou mais de 500 pessoas para destinos internacionais.

Já em outra edição da *Revista Brasileira de Turismo*, foram observados anúncios de excursões que foram organizadas em parceria da SAVI com a SBT. André Daibert (2014) relaciona, ainda, outras entidades que tinham suas atividades ligadas ao incremento do turismo, como o Automóvel Club do Brasil e o Sindicato de Iniciativas do Turismo do Município de Petrópolis, descrito como o primeiro fundado no país.

Algumas notas publicadas em jornais da época nos permitem afirmar que, a partir da fundação da SBT, fomentava-se uma maior organização do empresariado dos setores de transporte e hospedagem, contribuindo para o aumento do fluxo turístico para o Rio de Janeiro.

Isso se dava pela frequência de notícias que versavam sobre os navios com viajantes que atracavam na cidade, como também em repercussões de ações do governo ou da própria entidade.

Um exemplo disso está na nota publicada em fevereiro de 1925, no *Jornal do Brasil*, onde se ressaltava que a propaganda do turismo não só no Brasil, mas na América do Sul, estava atraindo mais visitantes para a região. Segundo o gerente da linha de navegação “Pan América”, o fluxo de turistas entre Estados Unidos e os países sul-americanos nesse momento era regular, justamente porque havia mais propaganda das belezas e do clima dessas regiões no hemisfério norte da América (JORNAL DO BRASIL, 03 fev. 1925, p. 8).

Outra matéria, publicada dessa vez no *Jornal do Commercio*, em 1926, sobre a inauguração da nova sede da SBT, veiculou a informação de que, a instituição, a pedido da companhia de navegação alemã *Hamburg Sudamericanische Deustch & Gelsellschaft*, estava preparando uma recepção para “algumas dezenas de milionários europeus” que fretaram um navio com destino ao Rio de Janeiro em uma “viagem de recreio”. Essas pessoas seriam recebidas pelos próprios diretores da SBT (JORNAL DO COMMERCIO, 05 jun. 1926, p. 3).

Já em nota publicada em 1927, a *Gazeta* destacava a inauguração de um “*bureau*” de informações, criado pela Sociedade, para turistas no edifício da Inspetoria de Portos, Rios e Canais, com o apoio do então prefeito Antônio Prado Junior, já que ele cedeu o espaço (GAZETA DE NOTÍCIAS, 13 maio 1927, p. 5). Em 1929, temos a notícia de um “*bureau*” inaugurado pelo *Touring Club*, na Praça Mauá, para prestar “todas e quaisquer informações aos passageiros que desembarcarem naquela estação, procedentes quer do estrangeiro quer dos Estados da União” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 31 jan. 1929, p. 3).

A matéria reforçou que, através desse serviço, a propaganda do Brasil seria intensificada e os visitantes poderiam conhecer das belezas da cidade (GAZETA DE NOTÍCIAS, 31 jan. 1929, p. 3). Em 1928, no mesmo jornal, vemos o Dr. Renato de Toledo Lopes³⁶ participar do Congresso Sul-Americano de Turismo, realizado na Argentina, como representante da prefeitura do Rio de Janeiro, do *Touring Club* e do Automóvel Clube (GAZETA DE NOTÍCIAS, 17 fev. 1928, p. 3).

Essa entidade tinha, portanto, importância singular para os primórdios da indústria do turismo no Brasil. Nas palavras de Octávio Guinle, em 1933, então seu presidente, ela se apresentava como a única instituição sem interesses comerciais e que atuava com a finalidade turística, salientando o pioneirismo no intuito de formar uma mentalidade de desenvolvimento

³⁶ Renato de Toledo foi um dos fundadores do periódico *O Jornal*, em 1919.

do turismo no país. No ano seguinte, em 1934, o Itamaraty designou a instituição como órgão oficial para fomento do turismo na América do Sul (GUIMARÃES, 2012, p. 185-186)³⁷, reconhecendo o seu papel para o setor no país.

2.4 O uso do carnaval para o turismo

O turismo é uma atividade característica da modernidade e, por isso, foi crescendo, em cada cidade, conforme ela ia se configurando para atender aos requisitos desse cenário. No Rio de Janeiro, esse processo ganhara força a partir dos primeiros anos do século XX, momento do início da efetiva modernização da então capital federal brasileira, que tinha como principais atrativos as suas belezas naturais, consideradas exóticas pelos estrangeiros que passavam por aqui – conceito explorado também pela imprensa carioca na tentativa de trazer mais visitantes à cidade.

Para atender à crescente demanda de turistas esperados para a Exposição, foram construídos hotéis, restaurantes, investimentos foram realizados em transportes, iluminação, calçamentos e no embelezamento da nossa capital federal, ou seja, foi criada uma estrutura apropriada para recepcioná-los. Nesse mesmo período, a festa que parava a cidade por três dias também crescia em importância, atraindo um considerável número de foliões.

Dentro do próprio Rio de Janeiro, o movimento para a região central, onde se concentravam os principais festejos, era bastante intenso. Os trens organizavam um esquema especial para conduzir os moradores dos subúrbios para curtir a festa momística. No último dia do carnaval de 1923, temos a informação de que mais de 98 mil pessoas foram transportadas pela estação da Central do Brasil, sendo a média normal nos domingos e feriados de cerca de 37 mil passageiros (GAZETA DE NOTÍCIAS, 15 fev. 1923, p. 3). Para o carnaval de 1929, como ocorreu em anos anteriores, a imprensa publicou, previamente, que o serviço de trens seria intensificado para atender aos foliões que vinham dos subúrbios, saindo a cada 10 minutos (GAZETA DE NOTÍCIAS, 08 fev. 1929, p. 3).

Houve um aumento considerável também de estrangeiros durante o carnaval. As notas publicadas nos jornais, como veremos a seguir, permitem-nos concluir que o carnaval do Rio

³⁷ Sobre a declaração de Octávio Guinle, Valéria Guimarães (2012) indica a seguinte fonte: Arquivo Público do Itamaraty. Touring Club do Brasil (cópia), de 20 de novembro de 1933. Classificação: 540.61 (41), maço 36168. Em relação à designação do Itamaraty, a pesquisadora se refere ao site do Touring Club, acessado em julho de 2012, atualmente não mais em funcionamento.

de Janeiro tornava-se, cada vez mais, famoso e mais organizado, como era classificado pela imprensa, fazendo com que se despertasse o interesse internacional em conhecê-lo. Os periódicos da época, apoiadores desse movimento, faziam questão de registrar o fluxo de visitantes para acompanhar a festa.

Em 1924, a *Gazeta de Notícias* (15 fev. 1924, p. 4) informava sobre a embarcação “*Southern Cross*” trazendo turistas “*yankees*”, considerados pela publicação como personalidades de destaque, vindos de Nova York, para assistirem ao carnaval carioca. Foi veiculada, também, no mesmo jornal, a chegada da embarcação “*Almeda*”, de Londres, com parte dos turistas vinda, especialmente, para conhecer os festejos em homenagem a Momo no Rio de Janeiro (GAZETA DE NOTÍCIAS, 17 fev. 1928, p. 4).

No *Jornal do Brasil* (08 fev. 1929, p. 13), às vésperas do início da folia, destacou-se a chegada de um transatlântico com 350 pessoas, entre elas “capitalistas, industriais, comerciantes e pessoas da alta sociedade norte-americana” para curtirem a folia da cidade-capital brasileira. No dia seguinte, a *Gazeta* afirmava que “inúmeros turistas americanos, que vieram ao Rio de Janeiro, a fim de assistirem as homenagens que o povo carioca presta ao rei ‘Momo’”, foram visitar a Casa Guimarães³⁸, na Rua do Rosário, região central da cidade, destacando que era procurada pelos cariocas e estrangeiros na cidade (GAZETA DE NOTÍCIAS, 09 fev. 1929, p. 4).

De volta à edição do dia 8 de fevereiro da *Gazeta*, houve destaque para o baile realizado no Assyrio, “elegante dancing da Avenida”, que já contava com muitas mesas reservadas para os “touristes que vêm ao Rio especialmente assistir às festas em honra a Momo, o rei da folia e da galhofa” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 08 fev. 1929, p. 5). Segundo o *Correio da Manhã* (12 fev. 1926, p. 7), esse “é o ponto predileto das colônias americana e inglesa e da ‘jeunesse dorée’ carioca”. O salão localizava-se no Theatro Municipal, inaugurado em 1909, e era famoso por ter bailes insuperáveis a cada ano, com sua direção sempre se esforçando para realizar festas inesquecíveis.

O aumento dos turistas que desembarcavam no Rio de Janeiro para brincar o carnaval associa-se à própria consolidação da festa no país e ao seu estabelecimento como uma expressão cultural carioca e brasileira, configurado em um modelo que atendia aos anseios ditos

³⁸ A Casa Guimarães localizava-se na Rua do Rosário, no Beco das Cancelas, e, através das notícias dos jornais pesquisados, definimos como um local onde se jogava na loteria. Na *Gazeta de Notícias* (23 fev. 1929, p. 4), encontramos notícia sobre dois cinematografistas norte-americanos que vieram ao Rio para fazer um filme do local, “por ser a única entre as demais em que o Brasil todo conhece acerca dos seus famigerados bilhetes que distribui”. Foi noticiado na edição anterior, a Casa Guimarães chegou a enviar bilhetes pelo “ex-kaiser Guilherme II”, da Alemanha, em comemoração pelo seu septuagésimo aniversário. (GAZETA DE NOTÍCIAS, 22 fev. 1929, p. 4).

civilizatórios desejado pelas elites, pelas autoridades governamentais e pela grande imprensa, mas, ainda assim, mantendo uma alma popular. Tanto que é de 1928 a formação daquela que é considerada a primeira escola de samba da cidade, a “Deixa Falar”, no Largo do Estácio. Ela surgiu do rancho carnavalesco que levava o mesmo nome e é vista como a precursora da adaptação do samba a um estilo de apresentação mais ordenado, como os desfiles das escolas de samba³⁹.

Os bailes, nos quais foliões abastados financeiramente ostentavam suas luxuosas fantasias e que passaram a receber turistas internacionais, representavam apenas um estilo de celebração do carnaval. Espalhadas pelas ruas da cidade, existiam, como vimos, as manifestações claramente populares, sem regras rígidas e não necessariamente com o mesmo requinte. Tudo conviveu, mantendo suas singularidades, as tensões e as disputas de espaços.

No entanto, ainda que se relevassem as diferenças, era preciso estabelecer uma visão do carnaval como uma festa nacional para tornar mais eficiente a sua divulgação no exterior. Durante quase toda a década de 1920, não tínhamos interferência dos governos municipais ou federais na direção dos festejos, que encontravam apoio na imprensa para sua realização. Observarmos, nos jornais, notícias sobre o policiamento durante o evento, mas não foram encontradas discussões sobre a responsabilidade em relação à organização. Sabemos, igualmente, que havia um auxílio financeiro da prefeitura para alguns clubes, mas com valores, que mais pareciam, simbólicos e irregulares.

Entretanto, no final desse mesmo período, o poder municipal parece ter compreendido o carnaval como um negócio que geraria lucros para a cidade e, por isso, começou a controlar mais de perto a festa, que passou a ter como propósito exposto também a atração de turistas (FERREIRA, 2004, p. 310-311). Compreendemos que, como o carnaval carioca crescia em progressão no decorrer dos anos, uma vez que podemos observar, nos periódicos da época, um número cada vez maior de ranchos e grupos carnavalescos ocupando as ruas, isso pode ter sido um dos fatores que fomentaram a necessidade de interferência maior do Estado na sua organização.

O prefeito Prado Junior deixou clara sua intenção em investir as folias carnavalescas. Em matéria publicada na *Gazeta de Notícias* (19 jan. 1927, p. 1), discutiu-se sobre os objetivos

³⁹ Segundo André Diniz (2008, p. 60-62), a Deixa Falar recebeu o título de “escola” em decorrência de ficar próxima a uma escola de formação de professores no Estácio. Nas cercanias do bairro, ficavam o Bar Apolo e o Café do Largo, onde se encontrava “gente de classe social humilde, que trabalha mais para o samba do que para qualquer outro tipo de emprego”. Nas discussões que aconteciam sobre disputas com músicos de outras regiões da cidade, Ismael Silva, um dos seus fundadores, dizia: “Deixa falar. É daqui que saem os professores”. A escola estreou no carnaval de 1929 e encerrou suas atividades em 1932, quando se realizou o primeiro desfile das escolas de samba do Rio de Janeiro.

do governo em relação ao carnaval, entendendo que a festa, tão curtida pelos cariocas, estimularia a vinda de turistas nacionais e estrangeiros. Para tal, o governo municipal aumentaria os aportes financeiros na realização da celebração, já que atraindo “milhares de forasteiros, entre os quais estrangeiros”, ela traria vantagens econômicas incalculáveis à cidade.

A mesma matéria relata que, à época, existia uma lei que cobrava dois mil réis para concessão de alvará de licença para as agremiações que quisessem ter autorização para desfilar. O periódico acreditava que o valor arrecadado seria destinado “ao amparo dos festejos carnavalescos”. Como o total daquele ano renderia cerca de 1200 contos de réis, a esperança era que aquele carnaval seria incrível. Contudo, o próprio texto fez questão de frustrar as expectativas, afirmando que a prefeitura destinaria apenas “40 contos para distribuir entre os grandes *clubs* e 10 para distribuir pelas pequenas sociedades e ranchos”. E deixou clara a sua crítica:

Quando não havia a taxa a que aludimos, cada um dos grandes clubs recebia de 30 a 50 contos; e a verba destinada às sociedades menores era de 30 contos. Assim, se a Prefeitura não pode ou não deseja empregar os 1200 contos obtidos pela taxa de alvarás de licença nas subvenções a que ela se destina a proporcionar, seria natural que se entendesse com os organizadores dos préstitos e contribuísse com importâncias capazes de assegurar a festa favorita do povo carioca o brilho que ela nunca deixou de ter, e que está agora ameaçado de um esmaecimento deveras lamentável (GAZETA DE NOTÍCIAS, 19 jan. 1927, p. 1).

Demonstrando o seu comprometimento em apoiar o carnaval, no ano seguinte, em 1928, a prefeitura aumentou o auxílio dado às pequenas sociedades (FERREIRA, 2004, p. 314) e patrocinou uma filmagem com os ranchos e grandes clubes para ser usada na divulgação da folia carioca no exterior.

O “Circuito Nacional dos Exibidores”, no sentido de intensificar a propaganda do Brasil no estrangeiro, procedeu nas noites de carnaval, à filmagem dos folguedos na Avenida. Esse filme será exibido brevemente aqui e no exterior e para a sua confecção foram montadas lâmpadas especiais em plena Avenida (GAZETA DE NOTÍCIAS, 23 fev. 1928, p. 4).

As ações da prefeitura no sentido de incentivar o turismo parecem ter surtido o efeito esperado. Em 1929, em notícia veiculada na *Gazeta*, afirmou-se que havia aumentado o número de turistas argentinos, chilenos e uruguaios que vieram ao Rio de Janeiro para curtir a folia carnavalesca. Evidenciou-se, na ocasião, o apoio da prefeitura à festa, que era considerada a mais brilhante e concorrida do mundo, nas palavras do jornal (GAZETA DE NOTÍCIAS, 03 fev. 1929, p. 3). Além disso, o *Jornal do Brasil* (07 fev. 1930, p. 32), em 1930, inseriu uma propaganda do Teatro República que anunciava um baile à fantasia “em homenagem aos

touristes que vieram ao Rio assistir ao Carnaval carioca” no que se chamou de “teatro mais arejado e confortável” da cidade.

O *Correio da Manhã* divulgou as festas carnavalescas na Urca e no Pão de Açúcar – “beleza natural e com que o Rio de Janeiro foi especialmente favorecido” – que seriam realizadas em todos os sábados, até os dias de Momo, “data em que essas festas atingirão seu auge, com verdadeiro absurdo de despesas mas compensadas pelo prazer de serem oferecidas aos turistas estrangeiros e aos visitantes do interior da República, as mais encantadoras e mais divertidas reuniões” (CORREIO DA MANHÃ, 12 fev. 1930, p. 7). Ao analisarmos tais notas, percebemos que não mais apenas a beleza da cidade despertava o interesse na cidade, mas que o investimento no carnaval carioca também estava trazendo resultados.

Tivemos, também, o aumento no fluxo de turistas norte-americanos, após o acordo do município com a *American Brazilian Association* (ABA) para organização de excursões de turistas para esse país (FERREIRA, 2004, p. 315). Essa associação fora criada por Sebastião Sampaio, agora cônsul-geral de Nova York, em parceria com “homens proeminentes e de negócios, banqueiros, companhias de navegação, alto-comércio, industriais e outras personalidades interessadas em favorecer, por métodos modernos, o intercâmbio comercial entre o Brasil e os Estados Unidos” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 11 nov. 1927, p. 10).

Sua intenção era funcionar como uma câmara de comércio que conseguisse estreitar as relações sociais e culturais entre o nosso país e os norte-americanos, fomentando o turismo entre ambos (LINS, 2015, p. 82). Fundada em 1927, sem fins lucrativos, essa intenção foi evidenciada na revista *Brazil*, produzida por essa entidade, que enumerou seus objetivos:

Aumentar as relações comerciais;
Promover um intercâmbio cultural mais prático e um melhor conhecimento entre personalidades brasileiras e americanas;
Oferecer hospitalidade e atenção aos brasileiros que visitem os Estados Unidos e todas as facilidades possíveis aos americanos que visitem o Brasil;
Estimular o turismo entre os dois países (Revista *Brazil*, ago. 1931, p. 18 *apud* LINS, 2015, p. 82-83).

Além da revista, a ABA publicava um boletim semanal com informações do Brasil, “continuando no desenvolvimento do seu programa de tornar conhecidas nos Estados Unidos as iniciativas do progresso brasileiro” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 12 abr. 1929, p. 3). A entidade também promoveu eventos de divulgação do país em seu território de origem, como a primeira exposição de fotografias de arte do Brasil no *International Art Center* do *Roerich Museum*, em Nova York, em 1931 (LINS, 2015, p. 83). Contudo, apesar da entidade ter desde seu princípio se dedicado à divulgação brasileira nos Estados Unidos, foi, substancialmente, a

partir de 1934 que ela ganhou força e aumentou, consideravelmente, sua importância, conquistando prestígio junto ao governo federal (LINS, 2015, p. 85-86).

Assim, o aumento no número de turistas estrangeiros desembarcando no o Brasil, principalmente durante o carnaval, fez com que, progressivamente, os prefeitos à frente da cidade do Rio de Janeiro passassem a investir na festa, buscando marcar seus traços singulares e criar uma identidade propriamente carioca, que seria exportada como a feição da festa brasileira. Foi nesse caminho que, em 1932, o governo municipal em associação com o *Touring Club* tomou para si a organização do evento, que, então, já estava consolidado no calendário turístico nacional e internacional.

3 Carnaval, turismo e imprensa

O escritor carioca Benjamin Costallat¹, que no início dos anos 1920 se tornou um conhecido literato, em crônica publicada no *Jornal do Brasil*, em 1919, escreveu: “Felizmente chegaram ontem três navios de turistas vindos para assistir e animar o nosso Carnaval. Sendo ele estaria desanimadíssimo” (sic) (JORNAL DO BRASIL, 09 fev. 1919, p. 5). Nessas embarcações, segundo Costallat, vieram “ingleses sisudos, de cachimbo na boca, aqueles argentinos melancólicos com passos de tango, e aqueles americanos com cara de crianças grandes que ontem mesmo já procuravam mascarados pelo cais Mauá [...]”.

Naturalmente, o escritor, que tinha como traço característico o texto provocador, não refletiu a realidade daqueles dias de ansiedade antes da folia momística. A festa de 1919 foi, à época, considerada a maior da história, precisamente pelo clima de horror e sofrimento que o Rio de Janeiro sofreu meses antes, em decorrência da epidemia de gripe espanhola que se abateu sobre a cidade a partir de setembro de 1918. Na capa da *Gazeta de Notícias* (02 mar. 1919, p. 1), a manchete principal anunciava: “Carnaval triunfante”. Mais do que qualquer outro lugar do Brasil, a cidade-capital sentiu os efeitos desse surto, que matou quase 15.000 mil habitantes em três meses, tendo contaminado cerca de 66% da população carioca do período² (GOULART, 2005, p. 105).

Na virada do ano, a doença havia diminuído sua letalidade, uma vez que as pessoas foram adquirindo imunidade. Em razão disso, os planos para o carnaval poderiam ser traçados, posto que a festa só teria início nos primeiros dias do mês de março, dando tempo para que a cidade vivesse um período de luto e, depois, se aprontasse para seu evento mais esperado. Aqui retomamos a crônica de Constallat e percebemos que, ao longo do texto, ele insinua que os cariocas não pulariam o carnaval e a presença dos estrangeiros seria fundamental para a realização das festividades momescas naquele ano (JORNAL DO BRASIL, 09 fev. 1919, p. 5).

Não coadunamos, contudo, com a ideia de que a população da cidade apresentava um forte desânimo com a proximidade do carnaval. O *Correio da Manhã* (01 mar. 1919, p. 3)

¹ Benjamin Constallat nasceu no Rio de Janeiro, em 1897, em uma família abastada. Estudou em Paris e foi por meio da música que se aproximou da literatura. Freqüentador do Theatro Municipal, passou a escrever críticas sobre espetáculos musicais no periódico *O Imparcial* a partir de 1918, sendo que, no ano seguinte, lançou seu primeiro livro ficcional, *A luz vermelha*. Logo foi colaborar com folhas como *Gazeta de Notícias* e *Jornal do Brasil*. Seu jeito de escrever era singular. Ele utilizava uma linguagem coloquial em um momento no qual a imprensa modernizava-se assim como a própria cidade do Rio de Janeiro. Por esse estilo, foi muito criticado por seus pares, mas, apesar disso, manteve a sua marca enquanto continuou a escrever, pouco antes de sua morte, em 1959.

² Ainda segundo Adriana Goulart (2005, p. 105), a população do Rio de Janeiro, em setembro de 1918, era em torno 910.710, tendo ocorrido apenas 48 pessoas mortes pela doença. Já no dia 22 de outubro foram computados 930 óbitos de gripe espanhola, o que evidencia a rápida difusão e letalidade da doença.

ratifica nosso posicionamento ao anunciar o início da folia, no sábado de Momo: “As suas batalhas são aquelas com que todos se desforram das tristezas do resto do ano e são para o espírito, o que o ferro é para sangue: dão vigor”. Talvez, o tom crítico e provocativo de Constallat decorra do fato de discordar da realização da festa depois da tragédia que havia se abatido sobre o país, no final de 1918.

Entretanto, ainda que realização do festejo tenha sido confirmado, havia o receio das autoridades de saúde pública de uma possível volta da doença durante os dias de Momo, como podemos ver na seguinte notícia, publicada nas proximidades do início da festa. “O carnaval, proporcionando o perigo pelas aglomerações, será prudente que cada um se precavenha, evitando todo e qualquer excesso, não devendo sair de casa desde que se sinta adoentado” (JORNAL DO BRASIL, 23 fev. 1919, p. 4).

Ainda que a preocupação com o evento fosse um fato pelo problema da fácil contaminação da gripe espanhola, vemos que, de maneira geral, na imprensa diária, gradativamente, foram aparecendo mais informações ligadas ao carnaval, como propagandas de fantasias e artigos carnavalescos, as programações das grandes sociedades, dos ranchos, as batalhas de confete e os desfiles dos corsos. Interpretamos essa divulgação como um apoio desses veículos à manutenção do festejo.

No *Jornal do Brasil* encontramos, na segunda-feira antes do sábado de Momo, em uma coluna sob o título de “Carnaval”³, uma nota que evidenciou a expectativa que se tinha para a festa que se aproximava: “O carnaval de 1919 marcará uma época”. O texto se referia ao “longo período de apreensões, de guerra, de crise” e que agora estava chegando “o momento em que o povo pouco a pouco repousa de uma agitação que o deixou prostrado e abatido, como um raio de sol que invade uma alcova sombria, anunciar-se radiante de cor e de som o Carnaval de 1919” (JORNAL DO BRASIL, 24 fev. 1919, p. 9). A nota discorria, ainda, sobre as transformações que a festa sofrera ao longo dos anos, contribuindo para modificar a imagem que os estrangeiros tinham do país como um lugar de pessoas “selvagens” em decorrência dos seus costumes.

Vemos, então, que a crônica de Constallat não correspondia ao sentimento real da população naquele momento⁴. Porém, por outra perspectiva, ela mostrou o fomento que o

³ Observamos que no *Jornal do Brasil* muitas notas sobre o carnaval vinham em colunas intituladas apenas como o nome da festa.

⁴ A observação dos jornais do período nos mostra a euforia decorrente daquele carnaval. Apenas para exemplificar, trouxemos aqui mais uma publicação do *Jornal do Brasil*, do domingo de carnaval, na qual foi ressaltado o fato da Avenida Rio Branco, desde que se tornou a principal artéria para as comemorações carnavalescas, “não experimentava tanto delírio como a noite de ontem”. (JORNAL DO BRASIL, 02 mar. 1919, p. 5).

carnaval trazia, já naquele período, para o turismo, embora esse setor ainda não fosse sistematizado no Brasil. Mesmo após o surto de gripe espanhola ter atingido em cheio o Rio de Janeiro, meses antes dos três dias de Momo, ele relatava o interesse de viajantes internacionais em curtir a festa.

A imprensa teve um papel significativo no Brasil para o turismo e para o carnaval. Ela passou por transformações, desde a sua chegada, que levaram a uma maior complexificação dos processos jornalísticos. Isso se deu gradativamente e o desenvolvimento da tecnologia proporcionou o barateamento do custo de produção, fazendo com que alguns jornais tivessem uma relativa independência política. Sendo assim, a imprensa foi ampliando sua influência no país, deixando de ser uma mera reprodutora mecânica de informações até se tornar produtora de opiniões que, não necessariamente, estavam em consonância com as ideias dos nossos dirigentes políticos.

Nas celebrações carnavalescas da década de 1920, observamos que, no nosso universo pesquisado para este capítulo – *Jornal do Brasil*, *Correio da Manhã* e *O Paiz* – os veículos de comunicação impressos assumiram um propósito muito maior exatamente por percebermos que a temática se tornava mais habitual nas páginas dos jornais. Nossa escolha por esses três periódicos foi baseada no alcance que eles tinham à época, além do espaço que dedicavam ao festejo. Ao lado da *Gazeta de Notícias*, eles faziam parte dos cinco principais periódicos da cidade, com uma tiragem média de 150 mil exemplares, uma quantidade considerável se levarmos em conta que a população total era em torno de 600 mil pessoas no início do século XX (BARBOSA, 2007, p. 41)⁵. Se colocarmos, em perspectiva, que a maior parte dessas pessoas era analfabeta no Brasil daquele período, esse número se faz ainda mais relevante.

Não obstante, esse era um momento de modernização do Rio de Janeiro. Nessa esteira, os jornais iam, pouco a pouco, sendo mais valorizados e nossos homens das letras utilizavam o espaço que conquistavam para insuflarem a folia dos dias de Momo. Um tipo se fortaleceu naquela época: o cronista carnavalesco. Essa categoria de jornalista se formou como um especialista na área e era parte da sua responsabilidade o preenchimento dos espaços dedicados ao carnaval nos periódicos durante o ano inteiro – ainda que também se ocupassem da cobertura de outros assuntos. A importância desse grupo levou à formação do Centro de Cronistas Carnavalescos (CCC), que simbolizou a tentativa de organizar melhor sua atuação.

O propósito desse capítulo é mostrar a relação da imprensa brasileira com o carnaval carioca, evidenciando a proximidade entre as duas áreas, e como a interação entre elas ajudou

⁵ O quinto periódico, segundo Marialva Barbosa (2007, p. 41), era o *Jornal do Commercio*.

no incremento do turismo na cidade. Como veremos, muitos periódicos eram mais do que veículos de informação sobre os festejos e cuidavam, diretamente, da promoção de eventos carnavalescos. No entanto, antes de nos debruçarmos sobre essas questões, vamos observar alguns momentos significativos da implantação da imprensa no país, pois consideramos sua constituição um componente importante para demonstrar a influência que exercia em diversos aspectos do cotidiano do período. Além disso, torna-se relevante observar como foi estabelecida a sua relação com o carnaval no decorrer dos anos.

Para o desenvolvimento deste capítulo, utilizamos como bibliografia fundamental o trabalho de Eduardo Granja Coutinho (2006), *Os cronistas de Momo – Imprensa e Carnaval na Primeira República*, obra que faz um estudo sobre os cronistas carnavalescos, entendendo-os como mediadores entre a cultura popular e a hegemônica, objetivando ressignificar as práticas dos grupos mais pobres para incluí-las em um modelo de carnaval idealizado pela elite dominante. Em suas palavras, o livro “busca refletir sobre a atividade dos cronistas de Momo, investigando como surgiram, a que interesses atendiam, como negociaram um modo novo de existência do popular e desapareceram junto com o Carnaval em que militavam como jornalistas e foliões” (COUTINHO, 2006, p. 27).

Nelson Werneck Sodré (1966), em *A história da imprensa no Brasil*, e Marialva Barbosa (2007), em *História cultural da imprensa: Brasil, 1900-2000*, são parte da bibliografia utilizada para entender a configuração da imprensa no Rio de Janeiro na primeira metade do século XX. Com suporte destes trabalhos, a análise das fontes fez-se mais eficiente, sendo possível compreender a influência da área e de seus profissionais naquele momento em que a sociedade carioca e seu ideal cultural se reformulavam, assim como o próprio aspecto urbanístico da cidade. Ambos os autores enfatizam que os principais veículos impressos em circulação no país apoiavam a construção da modernidade gestada desde a ascensão do regime republicano.

3.1 O carnaval e a imprensa carioca nos seus primeiros anos

A chegada da família real portuguesa, em maio de 1808, costuma ser analisada como um marco para os estudos da imprensa no Brasil. Neste ano, foi fundada a Imprensa Régia na rua do Passeio⁶, no Rio de Janeiro, com propósito de contribuir na administração do Império

⁶ A título de curiosidade, vale mencionar que, antes da fundação da Imprensa Régia, tivemos duas experiências anteriores nessa área. Em 1706, foi instalada, em Recife, uma pequena tipografia voltada à impressão de letras de câmbio e orações de devoção, que foi rapidamente desfeita (SODRÉ, 1966, p. 20). Em 1747, o impressor português Antonio Isidoro da Fonseca, que morava no Rio de Janeiro, publicou na cidade um folheto com vinte e quatro páginas e algumas avulsas. Como havia uma proibição expressa de impressão na colônia, o rei D. João V mandou

Português, que passou a ter sua sede na cidade. Ela detinha o monopólio da atividade no país e, como parte de seus atributos, fiscalizava todo material que era enviado para ser impresso. Contudo, mesmo antes disso, outros jornais produzidos na Europa eram vistos por aqui. Durante o governo do Marquês de Pombal (1750 – 1777), por exemplo, tivemos pelo menos 15 publicações europeias circulando pelo Rio de Janeiro (MOREL, 2018, p. 30).

Não eram só esses impressos do velho continente que circulavam no Brasil antes da instalação do órgão régio. Marialva Barbosa (2010, p. 20) indica-nos que havia boatos sobre a existência de outros manuscritos e de impressões clandestinas desde o século XVII. Ela ressalta, no entanto, que isso não caracteriza a existência de uma imprensa propriamente dita, posto que, para ser considerado como tal, devia haver regularidade na transmissão de informações que seriam transformadas em notícias acessíveis ao público em geral, independente de quem o compusesse, o que não acontecia.

É nesse sentido que destacamos a criação do periódico *Gazeta do Rio de Janeiro*, que circulou entre setembro de 1808 e dezembro de 1822, como primeiro jornal efetivamente produzido no território brasileiro. Sendo a folha oficial da corte lusitana, suas páginas traziam decretos, éditos reais, textos baseados nas informações dos jornais estrangeiros⁷ e das cartas manuscritas que chegavam pelos navios de carga e dos relatos das pessoas que vinham nessas embarcações (BARBOSA, 2010, p. 27).

O *Correio Braziliense*, jornal impresso em Londres e redigido em português, também foi visto em terras cariocas, a partir de junho de 1808. Editado por Hipólito da Costa⁸, sua publicação ocorreu até 1822, quando o próprio decidiu por seu fechamento. É interessante citarmos a presença desse periódico no Brasil porque ele trazia algo novo para o período. Antonio Candido (1975, p. 248) chamou de “jornalismo de ensaio”, graças ao seu editor que foi “o primeiro brasileiro que usou uma prosa moderna, clara, vibrante e concisa, cheia de pensamento, tão despojada de elementos acessórios que veio até nós intacta, fresca e bela, mais atual que a maioria da que nos legou o século XIX e o primeiro quarto deste século [XX]”.

Entre 1820 e 1821, surgiram 20 folhas no Rio de Janeiro, algumas apenas reproduzindo notícias, como o *Diário do Rio de Janeiro* e o *Volantim*, enquanto outras adquiriram um caráter

confiscar o material, que foi enviado para Portugal, juntamente com o Isidoro, que foi devidamente punido (MEIRELLES, 2006, p. 48-49).

⁷ A prática de reprodução de notícias estrangeiras era comum no período em diversos países. Sendo assim, os jornais que vinham de Londres, por exemplo, continham informações de outras cidades europeias, como Paris, Berlim, Viena, Zurique, entre outros.

⁸ Esse jornal refletia o posicionamento de seu dono, Hipólito da Costa, defensor de uma sociedade baseada na racionalidade iluminista, com liberdade política e de expressão, circulando no Brasil até que começou tecer críticas à política joanina, quando, então, foi proibido. (MOREL, 2018, p. 30).

mais político como *O Espelho* e *A Malagueta* (NEVES, 2002, p. 50). É nesse momento que observamos o crescimento de material impresso em circulação, fossem jornais ou panfletos, nas cidades brasileiras. Ao mesmo tempo em que se difundiam as ideias iluministas, ocorria um aumento no número de periódicos aqui produzidos, trazendo em suas páginas “o tipo do escritor patriota, difusor de ideias e pelejador de embates” (MOREL, 2018, p. 35) e abordando questões políticas. Os diários divulgavam, com regularidade, cartas particulares que eram debatidas nos espaços de sociabilidade como cafés e livrarias (NEVES, 2002, p. 49). Em meio a tudo isso, a opinião pública foi se estabelecendo e se fortalecendo nesse momento de transformação política.

Entre os tantos jornais que surgiram, está o *Diário do Rio de Janeiro*, inaugurado em 1821, sendo seu último número veiculado em 1878. Para Nelson Werneck Sodré (1966, p. 58), esse foi o primeiro jornal informativo em circulação no Brasil, tratando de assuntos de interesse local, sem posicionamento político. Alguns anos depois do seu lançamento, encontramos as primeiras referências sobre o entrudo, pois esta era a principal forma de se brincar o carnaval. A maior parte das notícias criticava a prática, alegando não ser saudável ou civilizada. Outras, apenas anunciavam a venda de limões-de-cera para os festejos momescos.

Em uma das notas do *Diário*, a forma como o entrudo era classificado naquela sociedade ficou ainda mais evidente. A Intendência Geral da Polícia especificava a impossibilidade de realização do jogo nos teatros da cidade, seguindo a regulamentação do edital de 2 de março de 1810, com aplicação de pena, não especificada no texto, para quem descumprisse. “[...] E outro sim, se proíbe gamelas e bacia com águas, dispostas pelas ruas para se molhar violentamente as pessoas que passarem, e do que muitas vezes resulta desordem [...]” (DIÁRIO DO RIO DE JANEIRO, 04 fev. 1826, p. 1). Em 1827, a proibição foi enrijecida em decorrência do luto pelo falecimento de D. João VI, em Portugal, no ano anterior:

Fica proibido o jogo do entrudo pelas ruas e mais lugares públicos; por ser contraditório à geral demonstração do luto que nos cobre. As rondas, patrulhas e soldados de polícia dispersarão moderadamente os indivíduos livres, ou escravos que forem encontrados neste jogo; e prenderão, para não serem soltos antes do dia 28 do corrente mês pela manhã, os que sendo previamente advertidos para se absterem dele, não obedecerem prontamente. E para que se não alegue ignorância, este Edital será impresso e afixado nos lugares do estilo (DIÁRIO DO RIO DE JANEIRO, 26 fev. 1827, p. 1).

Tais proibições foram sendo observadas nos anos seguintes, sempre com afirmações do tipo: “não se devendo em uma sociedade civilizada” (DIÁRIO DO RIO DE JANEIRO, 19 fev. 1830, p. 1); para que “se conserve a paz em toda a plenitude” (DIÁRIO DO RIO DE JANEIRO, 18 fev. 1830, p. 1); “seu abuso pode resultar em transtornos à ordem pública” (DIÁRIO DO

RIO DE JANEIRO, 27 fev. 1829, p. 1). O uso de tais assertivas nos revelam que, conquanto não houvesse uma preocupação latente com modernização da cidade, a versão brasileira da brincadeira trazida pelos portugueses não era vista com bons olhos pelas autoridades imperiais. E era através da imprensa, por menor que fosse o seu alcance em decorrência da limitada quantidade de pessoas alfabetizadas, que essas proibições eram divulgadas.

Os anos de 1830 viram emergir o período regencial e, com ele, o fortalecimento das disputas pelo modelo de construção de uma nação no Brasil. À imprensa coube atuar na formulação e divulgação dos diferentes projetos pensados pelos novos atores políticos que se estabeleciam (MOREL, 2018, p. 42), identificando suas identidades individuais e as redes de sociabilidade tecidas por eles. Os pasquins se proliferavam⁹ por serem espaços mais livres de expressão política, contribuindo, ainda mais, para o quadro de agitação instalado naquele momento.

Nesse período, as notícias do entrudo continuavam no mesmo estilo, as proibições eram mantidas e, ao que nos parece, havia uma tentativa de impor punições mais graves a quem as infringisse. O *Diário* trouxe a seguinte advertência: “qualquer pessoa que o jogar incorrerá na pena de 2 a 8 mil réis, não tendo, ou não querendo satisfazer a multa, sofrerá de 2 a 8 dias de prisão, sendo escravo sofrerá oito dias de cadeia, caso seu sr. não o mande castigar com 50 açoites [...]” (DIÁRIO DO RIO DE JANEIRO, 01 fev. 1832, p. 1). A nota foi finalizada afirmando que a divulgação pela imprensa e a exposição da regra em locais públicos garantiriam a ciência da população. Essa foi uma publicação recorrente no periódico durante todo o período regencial¹⁰.

É curiosa uma outra publicação do *Diário*, assinada por um juiz de paz que lembrou o impedimento do entrudo de acordo com as “ordens da Polícia” e “pelos Posturas da Câmara Municipal desta cidade”, indicando, inclusive, a proibição da venda de limões-de-cera como forma de “evitar por todos os meios ao meu alcance as desordens que possam ocorrer nesse Distrito” (DIÁRIO DO RIO DE JANEIRO, 24 fev. 1835, p. 1). As notícias observadas mostram-nos que a proibição da brincadeira era para locais públicos, porém, nada se falava em relação à sua prática nas residências, habitualmente realizada entre as famílias. A atitude de

⁹ Nelson Sodré (1966, p. 140) enumera mais de quarenta pasquins que surgiram no Rio de Janeiro entre 1831 e 1833, sendo alguns mais duradouros que os outros. Como exemplo, relacionamos *O Buscapé*, *Cartas ao Povo*, *A Sentinela da Liberdade da Liberdade no Rio de Janeiro*, *O Hospital Fluminense*, *O Mulato*, entre outros.

¹⁰ Nas edições do *Diário do Rio de Janeiro* que estão disponíveis na Hemeroteca Digital, vimos a publicação da proibição do entrudo nas edições de 26 fev. 1833, 08 jan. 1834, 01 fev. 1834, 12 fev. 1836, 01 fev. 1837, 28 fev. 1840.

proibição da venda do artefato nos revela a dimensão do comprometimento das autoridades em reduzir, drasticamente, todas as possibilidades da permanência do entrudo.

Ainda nesse período, encontramos notas recorrentes, desde, pelo menos, 1833, no mesmo periódico sobre uma publicação chamada *Limão de Cheiro*, na sessão “Obras Publicadas”, sem explicações sobre o que se tratava. Em 1836, um texto esclarece-nos:

Hoje, ao meio dia saíra à luz do *Limão de Cheiro*, jornal do entrudo, que trata dos inconvenientes do entrudo, e de imensas razões que há para uns gostarem dele, e outros o desprezarem. Não é folha da primeira ordem, como o *Raio de Júpiter*¹¹; mas tem coisinhas que hão de agradar às *Massas* que se movem por causa do entrudo. Há de se vender nas lojas do costume à 80 réis. (grifos do autor) (DIÁRIO DO RIO DE JANEIRO, 13 fev. 1836, p. 2)

Não conseguimos ter acesso a essa publicação, até porque não há exemplares na Biblioteca Nacional e, na época da publicação do seu livro, o único disponível fazia parte da coleção de Francisco Marques dos Santos, do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro (IHGB). No entanto, ela foi a primeira folha a tratar da temática carnavalesca e colocava-se contra o entrudo, propondo seu fim (VIANNA, 1945, p. 176-177). Entendemos essa posição como paradoxal, uma vez que essa era, naquele período, a principal celebração de carnaval praticada no país, ainda que não fosse do agrado de autoridades e das elites econômicas.

A chegada de D. Pedro II ao poder levou a mudanças, inclusive, para a imprensa, que ia ganhando um novo contorno a partir da aproximação com a literatura. Inicialmente, a estabilidade política contribuiu para o declínio do jornalismo propriamente político, passando para uma fase em que esta área se confundia com a literatura (SODRÉ, 1966, p. 212). Esse vai ser um traço marcante da imprensa brasileira por muito tempo e solução de trabalho para muitos literatos, que vão ter no salário pago pelas redações sua forma de sustento.

A relação entre a imprensa e o carnaval também parece se estreitar nesse momento, possivelmente, por estarem surgindo outras práticas diferentes do entrudo. Como falamos no primeiro capítulo, o primeiro baile de máscaras aconteceu em 1840 e percebemos que, em anos subsequentes, ele continuou a ser realizado e divulgado nos jornais. Encontramos uma nota sobre ele, em 1841, com destaque por ser “como se usa na Europa por ocasião do carnaval” (JORNAL DO COMMERCIO, 19 fev. 1841, p. 3)¹². Por conseguinte, passaram a ser mais comuns a divulgação de bailes carnavalescos e os anúncios de adereços para serem usados

¹¹ *Raio de Júpiter* foi um jornal publicado por José Inácio de Abreu e Lima, em 1836, onde tecia críticas ao governo regencial, naquele período exercido por Antônio Feijó. (SODRÉ, 1966, p. 170).

¹² Em 1845, esse baile também foi notícia, salientando que contava com uma “boa orquestra” (JORNAL DO COMMERCIO, 31 jan. 1845, p. 4).

nessas ocasiões¹³. Entre as muitas notas que encontramos, realçamos a veiculação, em 1850, no *Jornal do Commercio* (31 fev. 1850, p. 3), de uma sobre o aluguel de “cabeleiras e barbas de todas as qualidades” para “os senhores que quiserem divertir-se nas noites de carnaval”. Em 1852, foram oferecidas para aluguel “bonitas e elegantes vestimentas de homem para máscaras, guarnecidas de galões e de palheta de ouro e prata, de vários caracteres, como mouro, guerreiro, etc.” (JORNAL DO COMMERCIO, 11 fev. 1852, p. 3).

A observação das notas publicadas no *Jornal do Commercio* durante esse período reforça a ideia de que se vivenciava um momento de aumento das celebrações carnavalescas que se afastavam do entrudo, por mais que ele sobrevivesse, apesar das tantas proibições. Mesmo o uso do termo “carnaval” foi se tornando, paulatinamente, mais usual na imprensa, algo que não era recorrente nos anos anteriores. À medida que a folia momesca foi se destacando no Rio de Janeiro, tal movimento também ocorria nos jornais, contribuindo com o processo que levou à consolidação do festejo na cidade.

Retomando a questão política, a aparente estabilidade alcançada por D. Pedro II foi ficando para trás a partir da década de 1870. O movimento republicano fortaleceu-se com a fundação do jornal *A República*¹⁴ e a divulgação do *Manifesto Republicano*. Entre 1870 e 1872, refletindo a agitação que se avultava à época, foram inaugurados, em diferentes partes do país, mais de 20 jornais republicanos, como *O Futuro* (Pará), *A República* (Alagoas), *O Farol* (Minas Gerais), *O Correio Paulistano* (São Paulo), entre outros (SODRÉ, 1966, p. 244).

Uma imprensa partidária da defesa do republicanismo foi se estabelecendo e, pouco a pouco, conseguindo mais adeptos. Atuando de forma independente junto às pequenas associações¹⁵ e aos eventos públicos¹⁶, estes foram espaços utilizados pelos opositores ao regime imperial para manifestarem suas ideias, “sem coerção do Estado ou constrangimento

¹³ No *Diário do Rio de Janeiro*, publicação que utilizamos para estabelecer a relação entre a imprensa e o carnaval/entrudo, nos anos de 1820 e 1830, quase não observamos notas sobre bailes carnavalescos como podemos ver no *Jornal do Commercio*. No *Diário* encontramos, primordialmente, as notas sobre a proibição dessa prática durante boa parte da década de 1840. Porém, já na década seguinte, percebemos uma maior divulgação de bailes e adereços de carnaval também nas páginas do *Diário*.

¹⁴ O jornal *A República* foi fundado em 3 de dezembro de 1870, com redação na rua do Ouvidor. Primeiro, era propriedade do Clube Republicano, passando, depois, a ser um órgão do Partido Republicano. Sua periodicidade passou de três vezes por semana para diária, em setembro de 1871. (SODRÉ, 1966, p. 244).

¹⁵ De acordo com a Angela Alonso (2002, p. 282), essas associações “se organizavam em recintos abertos, de acesso livre. Formavam-se ao sabor dos temas do dia. Assim, conforme as mudanças na agenda política, algumas desapareciam para dar lugar a outras. Eram voláteis, durando pouco mais que meses, com composição também variável, ganhando e perdendo membros continuamente. É que eram quase sempre os mesmos indivíduos dando corpo a variadas associações: as sociedades abolicionistas, ‘científicas’, literárias, republicanas são quase sobrepostas”.

¹⁶ Também de acordo com Angela Alonso (2002, p.285), os contestadores organizavam diversos tipos de eventos como, por exemplo, comícios, conferências públicas em teatros, caravanas no interior das províncias, passeatas, batalhas de flores, com intenção de ampliar seu público e divulgar suas ideias.

social direto” (ALONSO, 2002, p. 276). Não podemos maximizar a abrangência de tais ações, achando que elas atingiam um público amplo e acreditando que agiam livremente, com grande apoio popular. A atividade era ilegal, sendo, portanto, alvo de repressão. Mas, de qualquer forma, isso não diminui o que a imprensa representou naquele período.

O momento coincidia com a modernização das técnicas de impressão, responsáveis pela diminuição dos custos, favorecendo o aumento no número de publicações. Uma nova imprensa formou-se, desligada dos grupos políticos imperiais, tornando-se um local para dar visibilidade aos desejos e críticas dos opositores, configurando seu caráter inovador. O surgimento desta nova categoria de periódico ajudou a configurar uma atmosfera mais diversificada de informações e opiniões (ALONSO, 2002, p. 279). Foi nesse contexto que nasceu, em 1874, o jornal *Gazeta de Notícias*, que será tratado com mais detalhes em nosso próximo capítulo.

Enquanto o movimento republicano se fortalecia na imprensa, ela continuava a ter a mesma postura do período anterior em relação ao carnaval. No *Jornal do Commercio*, os bailes continuavam a ser divulgados, assim como as vendas e alugueis de adereços. As grandes sociedades como os Zuavos Carnavalescos organizavam seus eventos, convocando os sócios a participarem (JORNAL DO COMMERCIO, 04 fev. 1870, p. 2). O Clube Fluminense anunciava seu baile, na segunda-feira de carnaval, com a presença de algumas sociedades carnavalescas (JORNAL DO COMMERCIO, 24 fev. 1870, p. 1).

No domingo de folia daquele mesmo ano, o jornal inseriu, na primeira página, um elogio aos foliões que prepararam a Rua do Hospício para receber as “distintas sociedades e máscaras carnavalescas”. Segundo a publicação, “o carnaval e o festim ali vê-se aparecer garboso e desfraldado” e entre os adornos estavam “mastros e galhardetes, pirâmides e caricaturas de fina crítica” (JORNAL DO COMMERCIO, 27 fev. 1870, p. 1). A folia, aqui, exaltada era a comemoração ordeira, desejada pelos mesmos grupos sociais que viam, na República, a esperança da instalação da modernidade na capital federal brasileira.

A partir da consolidação do modelo republicano, instalado em 1889, podemos dizer que, de maneira geral, parte da grande imprensa também se empenhou na defesa da construção de um Rio de Janeiro moderno, sendo este um assunto recorrente nos periódicos. Fazia-se necessária uma nova aparência urbanística para o país, que abandonava um sistema político visto pela elite e pela intelectualidade como atrasado. Os jornalistas foram agentes fomentadores da modernização que passava, entre outros pontos, pela adequação do carnaval a essa realidade – algo que será visível na abordagem desses veículos sobre a festa.

Os homens das letras, que se imbuíram na “missão civilizadora”, dedicaram-se a garantir que esse ideal fosse implementado no Rio de Janeiro. A valorização de uma estética

moderna parecia ser crucial para nomes como Luís Edmundo, colaborador do *Correio da Manhã*, que fundou a “Liga contra o Feio”¹⁷, em 1908, evidenciando sua percepção sobre a influência da imprensa na sociedade carioca naquele período. Alguns anos depois, em 1915, foi a vez de Coelho Neto liderar a “Liga da Defesa Estética”¹⁸ (SEVCENKO, 2003, p. 53).

Nicolau Sevcenko (2003, p. 126) caracterizou esses jornalistas como os verdadeiros “ditadores de novas modas e dos novos hábitos”. Sendo agentes da modernização, eles utilizavam o espaço que tinham nos jornais para colocar seus pontos de vista e opiniões e, conseguirem, dessa forma, difundir tais ideais. Naturalmente, não generalizamos todos os jornalistas com esse perfil. Contudo, percebemos a mesma postura de apoio à modernização nos periódicos que analisamos para o desenvolvimento deste ponto e que faziam parte da chamada grande imprensa do período.

Ao passo em que o Rio de Janeiro republicano ia moldando-se a sua nova realidade, a imprensa também se modificava. Outros recursos gráficos passaram a ser utilizados com maior frequência, alterando a aparência dos jornais. Observamos, por exemplo, a utilização regular de charges e de caricaturas. O próprio crescimento populacional ocorrido na capital federal brasileira e uma, ainda, tímida ampliação no número de alfabetizados possibilitaram a elevação na tiragem dos jornais, que passaram a alcançar um público maior. A expansão no alcance dos periódicos foi fazendo com que eles se configurassem como grandes empresas, que dedicavam boa parte do seu espaço para anúncios e propagandas fundamentais dentro da lógica mercadológica que se estabelecia. A criação de peças publicitárias acabava, muitas vezes, sendo função dos letrados, que assim encontravam mais uma possibilidade de renda (EULETÉRIO, 2018, p. 95).

Complementando essa prática, a tecnologia fez novos avanços, barateando o custo de impressão, o que contribuiu para a criação de mais impressos. As novas máquinas conseguiam

¹⁷ Em artigo publicado na *Fon-Fon*, em 1908, assinado por D. Picolino, pseudônimo de Alexandre Gasparoni, então proprietário da revista, fica claro o papel dessa liga: “Bato palmas a tua iniciativa, à tua campanha contra tudo que enfeia a cidade e a civilização dos cariocas. Quanta coisa hedionda há ainda por aí, apesar da abertura de amplas Avenida e dos palácios em construção! Os imundos quiosques, retalhistas de aguardente; os *trottoirs* em pandarecos da antessala do Rio, a rua do Ouvidor; os mictórios pré-históricos agarrados as paredes das casas e até de igrejas; as roupas estendidas nas janelas dos prédios caros; os infectos cortiços que tem pretensões à *Boulevard Saint Germain*; o pessoal de pé descalço e camisa aberta sobre a moita de cabelos no peito, enfim uma série ainda bem grande de coisas do tempo da onça, contrastando singularmente com a preocupação de luxo e elegância que tem-se notado nestes últimos anos” (FON-FON, 22 fev. 1908, p. 30).

¹⁸ Também na *Fon-Fon*, em 1915, temos a reprodução do discurso feito por José Marianno Filho, idealizador da liga, durante a sessão inaugural: “Assim nós atentamos simultaneamente contra dois sentimentos fundamentais da civilização humana: o amor à natureza e o respeito ao patrimônio histórico da raça. [...] Procuraremos principalmente, como tereis percebido, elevar o nível da cultura estética do nosso povo, estabelecendo para isso a posição do homem civilizado diante dos grandes problemas da estética contemporânea”. (FON-FON, 13 fev. 1915, p. 48)

produzir entre 10 e 20 mil exemplares por hora (BARBOSA, 2007, p. 22). O mercado jornalístico apresentava-se como uma fonte de renda que ainda possibilitava distinção, poder político e legitimação. Para termos uma ideia, em uma época em que se pagava por colaboração, em 1907, Olavo Bilac já recebia um salário mensal da *Gazeta de Notícias* e Medeiros e Albuquerque¹⁹, d’*O Paiz* (EULETÉRIO, 2018, p. 94).

A própria noção de tempo mudou com o avanço tecnológico do início do século XX. As informações chegavam mais rápido por conta da difusão do telégrafo, aproximando lugares antes distantes. E, com isso, o jornalismo foi se estruturando como um lugar de informação neutra e atual, separando, gradativamente, a opinião da informação isenta e constantemente atualizada (BARBOSA, 2007, p. 24). A modernidade que estava sendo construída no Rio de Janeiro também estava em ascensão nas redações dos jornais, que contavam com as linotipos e as máquinas a vapor para agilizar o trabalho de divulgação de notícias.

O repórter responsável pelas notícias da cidade aproximava-se dos fatos, buscando apurar a informação no local onde ela aconteceu. Para cumprir seu papel, ele passou a circular por entre os morros e subúrbios, frequentava os eventos noturnos, os teatros, os bondes, os bares e cafés. O que ouvia por onde andava, poderia render uma matéria nos jornais. João do Rio, repórter-cronista que fez carreira na *Gazeta de Notícias* no início do século XX, foi um dos protagonistas desse tipo de postura profissional. As crônicas que escreveu na coluna “A Cidade” (1903-1904) ou na série “Religiões no Rio” (1904), ambas na *Gazeta*, resultaram da sua própria experiência por entre as ruas do Rio de Janeiro.

Em relação ao carnaval, as tantas tentativas de modernização conviviam com a manutenção das velhas práticas. Quase um século depois das primeiras publicações sobre o impedimento do entrudo, com todas as transformações ocorridas durante esse tempo, ainda se publicavam notas sobre ele nos jornais. A brincadeira fora inserida na realidade das camadas populares de tal forma que havia quem, ainda, o jogasse. Nas proximidades do carnaval de 1900, lemos no *Jornal do Brasil* (13 fev. 1900, p. 2) a proibição expressa da sua realização, pelo chefe da polícia, à época dr. Enéias Galvão. *O Paiz* (02 fev.1906, p. 3) veiculou, na nota sobre o assunto, a pena para quem insistisse na brincadeira, ressaltando que os fiscais destruiriam os artefatos encontrados para esse fim. Tal estilo de notícias nos lembra as que encontramos nos jornais do período imperial.

¹⁹ Medeiros e Albuquerque nasceu em Recife, em 1867, e atuou como jornalista, romancista, político, ensaísta. Fez carreira no Rio de Janeiro, tendo passado por diversos jornais, entre eles *Gazeta de Notícias* e *O Paiz*, além de ser sido um dos fundadores da Academia Brasileira de Letras. Morreu em 1934, na então capital federal brasileira.

Em janeiro de 1901, o *Jornal do Brasil* publicou a matéria “Saudades do Entrudo”. A reportagem consistiu em uma tentativa de mostrar que o jogo não seria mais tolerado no Rio de Janeiro “nestas eras de progresso”. No texto, o diário contou que um grupo de pessoas, com saudade “daqueles belos dias em que a gente não saía à rua que não se transformasse num *pinto molhado*, como se diz comumente”, colocou-se a jogar e acabou preso porque “agora só são permitidos confete e nada mais no entrudo, que, aliás, ainda não chegou” (JORNAL DO BRASIL, 07 jan. 1901, p. 2).

Numa edição de 1907, do *O Paiz*, temos uma discussão sobre a utilização de cartola pelos homens no Rio de Janeiro. Esse adereço fora, anteriormente, moda na Europa e, por isso, também se adotou no Brasil, que seguia esses padrões como referência. Contudo, o questionamento se dava em torno de manutenção do seu uso, uma vez que já andava em decadência nos países europeus, além de não condizer com o clima carioca. O autor da matéria lembrou que, nos áureos tempos da cartola, os carnavalescos, praticamente, proibiram o adereço e que “muita gente séria não saía de casa, por causa dessa imposição galhofeira”. No final, ele reafirmou que o adereço estava tornando-se obsoleto enquanto o chapéu de panamá passou a ser utilizado com mais frequência. E terminou, ironicamente, afirmando que apenas no júri, “aquele tribunal sagrado”, as pessoas ainda teriam que se fantasiar, tirando “mofadas, do guarda-roupa, a sobrecasaca e a cartola” (O PAIZ, 28 jan. 1907, p. 3).

Na folia carnavalesca de 1910, o *Correio da Manhã* veiculou uma matéria sobre a subvenção que o governo brasileiro concederia para o desfile das grandes sociedades. Ratificando seu posicionamento político, o periódico deu a entender que o carnaval independente ficou para trás e que, com a cessão de recursos, as sociedades deveriam ser “gentis” com o então presidente, Nilo Peçanha. O padrão do desfile não mudou: carros alegóricos e fantasias mantiveram-se luxuosas. Porém, os famosos carros de crítica que marcaram os carnavais do passado não poderiam se voltar contra o presidente. “Subvenção do governo de um lado, do outro apoteose, em todos os préstitos, do presidente ativo, trabalho, milagroso, bonito até” (CORREIO DA MANHÃ, 31 jan. 1910, p. 1).

Ao final deste mesmo carnaval, o periódico, mesmo lembrando dos pródigos favores concedidos pelo governo às agremiações, escreveu sobre a Avenida Central lotada de famílias acompanhando os “cortejos luxuosos e artísticos”, da terça-feira de Momo, que, ao final do evento, caminhavam para os bondes, sem máscaras como ordenava a polícia, já tristes pelo fim dos dias de folia (CORREIO DA MANHÃ, 10 fev. 1910, p. 4).

A forma como os jornalistas abordavam as notícias e informações referentes ao carnaval na grande imprensa, sobre a qual nosso trabalho se baseou, mostra que os festejos de Momo

atraíam a sua atenção, mas o posicionamento, no geral, era o mesmo. Os destaques eram sempre para a organização da festa, o luxo das fantasias, a ornamentação dos espaços. Muitos dos aspectos do carnaval das camadas populares, que foram parte fundamental da concepção do evento, eram ignorados por essa imprensa porque não condiziam com seus anseios de modernização.

Na década de 1920, a transformação do Rio de Janeiro em uma cidade moderna já parecia estar consolidada, pelo menos em parte do seu território, que se transfigurou segundo padrões europeus de beleza e urbanismo. E a imprensa que apoiava o processo, refletia essa realidade, não só nos textos assinados por cronistas-repórteres, onde, apesar das críticas, havia muito apoio às ações consideradas modernizadoras, como também nas suas páginas tomadas por anúncios e propagandas, que incentivavam o consumismo. É por entre esses anos que se iniciou a formação dos grandes grupos de mídia, traço característico da imprensa a partir da década de 1930, com a compra do *O Jornal*, por Assis Chateaubriand, em 1924 (BARBOSA, 2007, p. 76).

Na visão de Chateaubriand, o jornalismo deveria ser encarado como uma empresa que, como qualquer outra, visava o lucro. Ele tinha consciência de que a divulgação de notícias exercia poder sobre as pessoas e soube aproveitar-se disso para fazer seu periódico crescer. Logo que se tornou proprietário de *O Jornal*, ampliou o número de páginas, chamou colaboradores de prestígio e passou a comprar artigos exclusivos do *New York American Syndicate*. As suas ações geraram como resultado a duplicação do faturamento com publicidade em menos de um ano (BARBOSA, 2007, p. 77). Ainda na década de 1920, ele se tornou dono do *Diário da Noite* (São Paulo), do *Estado de Minas* (Belo Horizonte), do *Diário de Notícias* (Porto Alegre), do *Diário da Noite* (Rio de Janeiro) e do *Diário de São Paulo* (São Paulo), formando o conglomerado *Diários Associados*, que se fazia presente nos principais estados brasileiros²⁰.

Os anos de 1920 são, portanto, o momento em que o jornalismo adentrou, explicitamente, na lógica capitalista, recorrendo à venda de anúncios para aumentar sua arrecadação. Em paralelo, o Rio de Janeiro firmava-se como uma cidade moderna em consonância com os padrões em voga na Europa, apresentando um crescimento populacional e do número de alfabetizados, que teve como consequência, o incremento na venda dos periódicos. Em meio a esse cenário, o carnaval foi se firmando, tendo mais destaque dentro das

²⁰ Assis Chateaubriand formou um verdadeiro império midiático. O seu conglomerado, *Os Diários Associados*, contou com 36 jornais, 18 revistas, 36 emissoras de rádio e 18 de televisão (MOREIRA, 2015, p. 135).

folhas regulares, onde eram divulgadas a programação dos clubes e ranchos e, também, as propagandas de lojas que vendiam artigos carnavalescos.

As nuances da história da imprensa aqui apresentadas, objetivaram mostrar sua crescente importância na esfera sociopolítica do país. Intencionamos, principalmente, indicar como, ao longo desse processo, foi se transformando também o tratamento dado por ela ao carnaval, sendo, pois, fundamental para o crescimento da festa.

3.2 Carnaval e turismo na grande imprensa carioca: *Jornal do Brasil, O Paiz e Correio da Manhã*

No início do período republicano, como já vimos, tanto a imprensa quanto o carnaval já haviam firmado suas bases no Rio de Janeiro. Há registros de mais de 800 periódicos surgidos só nos anos de 1920 na cidade, mas a maioria não durou nem uma década (BARBOSA, 2007, p. 84). *Jornal do Brasil, O Paiz, Correio da Manhã* e a *Gazeta de Notícias* foram alguns dos que perduraram no decurso do tempo e permaneceram em circulação na capital carioca. Também nessa época, os foliões tomavam as ruas e brincavam o carnaval até a quarta-feira de cinzas, quando o festejo terminava, marcando o início da quaresma.

Como vimos, a passagem do século XIX para o XX foi marcada pelo início da transformação dos pequenos jornais em verdadeiras empresas, de maior ou menor porte, tendo como consequência natural o fechamento de muitos impressos que não se adaptaram a esse novo momento (SODRÉ, 1966, p. 315). Os jornalistas passaram a ter salários, profissionalizando a produção e ampliando a circulação dos periódicos. Os recursos técnicos possibilitaram o uso mais constante de fotografias, charges e caricaturas, melhorando a comunicação com o leitor. A propaganda e a publicidade constituíram-se como fonte de recursos necessária para o financiamento de toda essa nova logística.

É interessante notar também a diferenciação que Marialva Barbosa (2007, p. 84) faz desses jornais, destacando, contudo, a importância singular de cada um para o período. *O Paiz* e *Gazeta de Notícias* são classificados como diários apoiadores dos governos em exercício durante a Primeira República, independente do partido que estava no poder, enquanto *Correio da Manhã* e *Jornal do Brasil* são tidos como oposicionistas. Estes são considerados como “notáveis periódicos”, enquanto *O Paiz*, por seu viés governista, “é referido com desprezo”, segundo a pesquisadora, pelos profissionais da área naquele período. Ela ressalta que o *Jornal do Brasil* já estava em fase de decadência na década de 1920, apesar da liderança exercida por ele no início do século, percebida pela tiragem de 60 mil exemplares.

Nesse momento de profissionalização do jornalismo, surgiram os repórteres especializados, estando, entre eles, aqueles que se responsabilizavam pela cobertura do carnaval e dos eventos relacionados a ele durante o ano inteiro. São os chamados cronistas carnavalescos, classificados assim nos jornais, tema que iremos abordar um pouco mais adiante nesse capítulo.

A chamada grande imprensa a que nos referimos nesse subtítulo²¹ tinha uma postura similar em relação ao modelo de carnaval que deveria ser considerado como identidade do Rio de Janeiro. *O Paiz*, *Correio da Manhã* e *Jornal do Brasil* veiculavam a agenda de festejos espalhados pela cidade e incentivavam que as celebrações, tão esperadas pela população carioca, tivessem um ar mais sofisticado, compatível com a modernidade em construção na cidade-capital brasileira. Como parte desse processo, eles também destacavam a presença de turistas estrangeiros que aportavam no país motivados em conhecer a folia carioca.

Segundo Eduardo Coutinho (2006, p. 39), o *Jornal do Brasil* e *O Paiz* fizeram o mesmo percurso da *Gazeta de Notícias* e passaram a se dedicar, mais consistentemente, à cobertura do carnaval. O primeiro fora criado em São Paulo, em 1891, e transferido para o Rio de Janeiro em 1906. Com ele, veio uma série de inovações na imprensa carioca. A redação desse periódico abrigava o que havia de mais moderno na área, incluindo máquinas de escrever para cada jornalista, uma novidade até então, sendo o maior parque gráfico do país (EULETÉRIO, 2018, p. 88). As colunas “Pródomos da folia” e “Ecos do carnaval”²² foram algumas das que cumpriam a tarefa de trazer as notícias sobre o carnaval para os leitores.

Esse jornal foi uma das folhas pioneiras na veiculação de informações carnavalescas, sendo comum vê-las desde o final de novembro do ano anterior. No ano seguinte, elas iam se intensificando nos primeiros meses até chegar a data da festa. Não havia um padrão fixo ou regular, entretanto, podemos observar na própria organização do diário, que quanto mais a folia se aproximava, mais destaque as notícias temáticas conquistavam em suas edições.

O Paiz, fundado em 1884, conseguiu ascender e se estabelecer como um importante jornal em decorrência da relação que manteve com o poder político. O reflexo desse crescimento foi a mudança da sede da Rua do Ouvidor para a Avenida Central, em 1904. Em

²¹ Nesse subtítulo iremos abordar os periódicos *Jornal do Brasil*, *O Paiz* e *Correio da Manhã*. O próximo capítulo deste trabalho será dedicado à *Gazeta de Notícias*.

²² No levantamento que fizemos no *Jornal do Brasil*, percebemos que não há regularidade na publicação dessas colunas. A primeira publicação da “Pródomos do carnaval” que encontramos foi no ano de 1920, trazendo notícias dos festejos antes dos três dias de Momo. Observamos sua publicação até, pelo menos, o final da década de 1930. Já sob o título de “Ecos do carnaval”, achamos a publicação de duas caricaturas carnavalescas, uma em 1901 e outra em 1908. Já a partir de 1910, com o mesmo título, eram veiculadas notícias sobre o carnaval, antes, durante e depois dos dias de folia. Nesse período, a coluna também era utilizada para falar sobre algum problema causado em decorrência da festa. Durante as décadas seguintes, pelo menos até o final dos anos de 1950, a coluna continuará a ser inserida da mesma forma, sem regularidade nem data fixa, mas sempre os meses iniciais do ano, nas proximidades da festa.

sua capa, até meados de 1907, podia-se ler a frase: “O Paiz é a folha de maior tiragem e de maior circulação na América do Sul”. No entanto, Marialva Barbosa (2007, p. 47) revela que a colocação era um exagero, uma vez que até mesmo em aspectos estruturais, as redações de outros periódicos suplantavam este diário, apontando sua discordância sobre a superlativação do seu *slogan*. A temática carnavalesca ilustrava as páginas desta folha meses antes do início da folia, em torno de novembro e dezembro, e, durante as festas, era destacada na diagramação.

O *Correio da Manhã*, diferente dos demais citados, foi fundado no início do século XX e sua marca era tentar manter-se distante do poder político estabelecido.

Quebrou a monótona uniformidade política das combinações de cúpula, dos conchaves de gabinete; levantou o protesto das camadas populares na fase histórica em que a participação da classe trabalhadora era mínima. Através desse caminho, vindo de baixo, portanto, é que se transformou, e depressa, em empresa jornalística (SODRÉ, 1966, p. 329).

A descrição feita por Nelson Werneck Sodré pode ter um tom exagerado em rela o   proposta de cria o do seu fundador, Edmundo Bittencourt. No entanto, a inten o de manter o periódico afastado do poder vigente foi compartilhada por outros autores, como Marialva Barbosa (2007, p. 84). Ela diz que depoimentos dos próprios jornalistas dos anos de 1920 apontavam o periódico como um ideal de imprensa. Ainda de acordo com Barbosa (2007, p. 30), fazendo uma análise sobre a prosperidade financeira da *Gazeta de Notícias*, o *Correio* não fechava contratos com alta lucratividade para publicar os atos oficiais da prefeitura, o que nos leva a deduzir que o periódico tentava se distanciar do poder municipal constituído.

Na análise de Lericce Garzoni (2012, p. 43) sobre o diário, a pesquisadora destaca também que o caráter de desvincula o política, em quaisquer esferas, era defendido por Bittencourt desde a funda o do jornal. Ela argumenta que o proprietário do *Correio* se colocava como um “mártir da causa popular” por seu afastamento em rela o ao poder político, mantendo sua independência e seu caráter oposicionista, sem receber verbas públicas e, em nome desse ideal, ele sofria consequências, inclusive, pessoais. Garzoni salienta, outrossim, que Bittencourt fez o jornal como uma empresa jornalística, que o proporcionava lucro e poder, mas que, sobre essas questões, ele mantinha o silêncio, satisfazendo-se em contribuir com o que considerava ser a moraliza o da política e da imprensa.

O objetivo de ser uma folha sem apoio declarado a nenhum grupo político em atua o foi claramente expresso no seu número de lançamento, veiculado em 15 de junho de 1901:

A imprensa que para viver precisa do apoio e subsídios dos governos não tem a confiança de ninguém, nem daqueles que a auxiliam, que nesse mesmo auxílio dão a prova mais evidente de que nela não confiam... O fenômeno mais característico da

confiança que inspira um jornal está na segurança que tem os seus leitores da sua atitude através das vicissitudes e alternativas da vida política dos povos (CORREIO DA MANHÃ, 15 jun. 1901, p. 1).

Já a relação do *Correio* com o carnaval foi marcada pela divulgação dos eventos dos clubes e ranchos, dos bailes e desfiles, mostrando seu apreço à folia mais regrada. Nos meses próximos ao seu início, o jornal veiculava a coluna “Carnaval”, que apesar de não ter uma periodicidade fixa, trazia regularmente as principais notícias sobre os eventos carnavalescos. Após o início dos festejos, ampliava-se o espaço dedicado a eles. Notamos especial atenção à veiculação dos préstitos das grandes sociedades.

No carnaval de 1922, o evento foi a manchete principal da capa do *Correio*: “Os festejos em honra a Momo terminarão hoje, saindo à rua os préstitos dos três grandes clubs Democráticos, Tenentes do Diabo e Fenianos” (CORREIO DA MANHÃ, 28 fev. 1922, p. 1). Neste dia, a página inteira foi tomada por eventos carnavalescos, algo que não notamos nos dias anteriores. O mesmo destaque foi dado a esses cortejos no carnaval de 1928, que “vão logo mais empolgar as multidões que de todos os cantos da nossa linda cidade se dirigirão para o centro urbano, para apreciar o desfile vitorioso das grandes sociedades” (CORREIO DA MANHÃ, 21 fev. 1928, p. 1). Nessa matéria, também foi ressaltado que, todos os anos, representantes do diário iam aos barracões conferir como ocorria a preparação para os préstitos.

Como já mencionamos anteriormente, os jornalistas desses periódicos posicionavam-se favoráveis a um carnaval moderno, minimamente organizado e que fosse capaz de atrair turistas para curtir a folia. Podemos ver em notícia publicada no *Correio da Manhã* (05 fev. 1926, p. 8)²³, na semana anterior ao início das comemorações, o destaque dado à chegada, nos próximos dias, de aproximadamente cem turistas norte-americanos provenientes da cidade de Nova York. A bordo do navio “Voltaire”, da Companhia *Lamport & Holt*, eles viajariam para “assistir a mais popular de todas as festas que se realizam no Brasil e que é o Carnaval do Rio de Janeiro”.

Na nota foi dado destaque para a presença de “um dos mais proeminentes jornalistas dos Estados Unidos”²⁴ e o jornal pressupôs uma provável repercussão da viagem na mídia norte-americana em decorrência da sua presença. O texto colocou o interesse desses turistas como resultado da intensa propaganda do Brasil que a empresa fazia nos Estados Unidos e salientou a sua eficiência, indicando que já estava prevista uma nova leva de visitantes para o nosso país nas férias de verão do hemisfério norte.

²³ A mesma notícia foi publicada no *Jornal do Brasil* (07 fev. 1926, p. 11).

²⁴ O jornalista a que se refere a nota do *Correio da Manhã* está identificado como “Mr. B.H. Ridder”. Contudo, não encontramos outra referência sobre ele que nos auxiliasse em sua identificação.

Representa isto os frutos que começamos a colher, provenientes da propaganda bem orientada a que sempre se dedicou a referida companhia, fazendo chegar ao conhecimento dos habitantes dos Estados Unidos, tudo que se relaciona ao nosso país, como local apropriado para o turismo em geral.

Podemos adiantar aos nossos leitores que já são em grande número as reservas de lugares para as viagens de excursão, durante a estação de verão nos Estados Unidos e que em vários grupos serão transportados no mês de junho, pela Lamport & Holt Line, para em nossas praias gozarem as delícias de um ameno inverno.

Em agosto teremos ocasião de ver desembarcar em nosso porto, diversas turmas de estudantes da América do Norte, que bem informados, aceitaram os conselhos daqueles que já conhecem o nosso país, como lugar admiravelmente adequado para o gozo das férias anuais (CORREIO DA MANHÃ, 05 fev. 1926, p. 8).

Não temos muita informação sobre a relação da companhia *Lamport & Holt* com o governo brasileiro, nem encontramos dados sobre essa propaganda, mencionada pelo *Correio*, que ela fazia do território brasileiro nos Estados Unidos. Sabemos que a empresa foi fundada em 1845, na Inglaterra, por William James Lamport e George Holt, tendo como principal área de atuação negócios com a Índia, África do Sul e costa oeste da América do Sul, além de transportar cientistas, artistas, escritores e correios para os governos da Inglaterra e Bélgica. Ela estabeleceu uma transação com as autoridades brasileiras pela qual fazia o serviço de passageiros costeiro, carregando carne congelada e café (PINTO, 2013, p. 37).

Por mais que não consigamos dados específicos sobre o transporte de turistas pelos navios da companhia, eram constantes os seus anúncios nos periódicos durante toda a década de 1920. Inferimos, com isso, que a sua presença no Rio de Janeiro era regular, fosse trazendo ou levando passageiros e mercadorias, como podemos ver em nota publicada na *Gazeta de Notícias* (27 jul. 1930, p. 12). “Com procedência de Nova York, deverá fundar em nosso porto amanhã pela manhã o paquete ‘Vandyck’ da Lamport & Holt, que transporta para esta Capital, não só passageiros como também grande carregamento de mercadorias para as praças brasileiras”.

Retomando a questão dos turistas interessados na folia carioca, o *Correio da Manhã* (11 fev. 1926, p. 8) voltou ao assunto, enaltecendo ainda mais. Na página 8, a manchete era “No Reinado de Momo! O interesse despertado no estrangeiro pelo carnaval do Rio de Janeiro”. A matéria destacava que mais de 200 visitantes norte-americanos já estavam na cidade para “tomarem parte nos nossos folguedos carnavalescos, considerados os melhores do mundo”.

Como se vê, pela simples notícia acima, a fama do carnaval carioca transpõe fronteiras do país e desperta a atenção dos estrangeiros, que já querem ver de perto se os três dias de loucura no Rio revestem mesmo o brilhantismo, a graça, a *verve*, o espírito e o luxo, de cuja notícia tiveram conhecimento, acorrendo a verificar pessoalmente o que há nisso de verdade.

Parece-nos, portanto, ser já tempo de se olhar com algum interesse administrativo para os assuntos de Momo, em cujo reinado há possibilidades incontestes de propaganda do país e das suas riquezas, a fim de que não suceda o mesmo que acontece com a existência de certas coisas só aqui encontradas, da excelência das quais necessitamos, entretanto, que nos venham falar os estrangeiros.

A quadra carnavalesca agita muito mais intensamente o povo do que o futebol, o “bicho”, as eleições para presidentes e senadores, a radiomania e o “Plus”, que ultrapassou, aliás, todas as perspectivas de popularidade, sendo, portanto, um momento admirável para fazer, rindo, e de graça, o que embaixadas e congressos ainda não conseguiram, com milhões de liras, dólares, francos, libras e outras coisas materiais em que se positiva a soberania das nações que não têm o mil réis (CORREIO DA MANHÃ, 11 fev. 1926, p. 8).

Nesse trecho, de autoria do cronista carnavalesco conhecido sob o pseudônimo de Príncipe Fofinho²⁵, houve o destaque para a presença de viajantes internacionais interessados em conferir se o carnaval do Rio era condizente com sua fama. Para ele, era necessário que as autoridades olhassem para essa festa com mais atenção, justamente, pelo seu potencial de propagandear o Brasil no exterior, atraindo visitantes animados em conhecer o país. É curioso notar que, em sua visão, muitas das nossas riquezas eram valorizadas pelos estrangeiros enquanto muitos residentes até as desconheciam. Príncipe Fofinho, ainda, magnificou a popularidade do carnaval carioca, comparando-o com outras paixões da população, entre elas, o futebol e o jogo do bicho. Em meio às comemorações, na visão do cronista, a soberania brasileira estabeleceu-se sem grandes gastos e investimentos, de forma leve, prazerosa e divertida.

A partir das palavras de Fofinho podemos analisar a expectativa que o carnaval gerava para essa imprensa comprometida com a modernização e, conseqüentemente, com o turismo. Ainda que nos dias de folia fossem apresentados luxuosos desfiles, com fantasias ornamentadas, os corsos, as batalhas de confete, os bailes de máscaras e a alegria tomasse conta dos participantes, o potencial de atração de turistas dessa festa ainda era limitado. Até porque o carnaval carioca era composto por outras manifestações não tão organizadas, brincadas pelas camadas populares, sem preocupação com a imagem que gerariam da cidade.

Ao mesmo tempo, a leitura desse trecho pode dar a impressão de que o Rio de Janeiro era invadido por uma massa de estrangeiros durante as festividades. Porém, a capital brasileira, por mais que tenha dado importantes passos na direção de se configurar como um destino turístico, ainda precisava de mais ações efetivas na segunda metade da década de 1920. Era notória a transformação estética da cidade, primordialmente em sua região central, por onde

²⁵ Príncipe, Fofinho ou Príncipe Fofinho era o pseudônimo utilizado por Inocêncio Pilar Drummond, do *Correio da Manhã*.

chegava a maior parte dos visitantes. Todavia, ainda havia muito o que se fazer para a sua afirmação no turismo internacional.

Esse também era o momento no qual a zona sul começara a receber uma maior atenção das autoridades, a partir de uma valorização do litoral. Tal mudança de perspectiva se deu de forma lenta e, nos guias do período, como no *O Rio de Janeiro e seus arredores*, produzido pela Sociedade Anônima de Viagens Internacionais, em 1928, o foco continuava a ser a Baía de Guanabara e o centro da cidade. A região costeira apareceu com os “arrabaldes”, ainda que sem menção às praias, salientando Leme, Copacabana, Ipanema e Leblon como bairros novos e bonitos (CASTRO, 1999, p. 84), um indício de que o mapa turístico do Rio de Janeiro estava em expansão.

Não obstante, apesar das transformações modernizadoras ocorridas na cidade com o intuito de torná-la turística, o surto de malária, ocorrido entre 1928 e 1929, exemplifica que existiam questões sérias para serem resolvidas em termos de infraestrutura e higiene sanitária, ambos elementos que, com razão, afastavam possíveis visitantes. O descaso com os subúrbios, onde muitos cariocas foram morar quando foram expulsos do centro, também se impunha como um ponto delicado que precisava ser tratado.

Esses excluídos do “projeto civilizador” levado a cabo pelos sucessivos prefeitos cariocas circulavam pela cidade e evidenciavam o seu limite. Carlos Lessa (2000, p. 237-238) refere-se ao período entre os anos de 1920 e 1960 como as décadas douradas do Rio de Janeiro. Inovações urbanas, industrialização e serviços bancários marcaram-nas. “O Rio era a demonstração da capacidade brasileira de caminhar rumo à ‘civilização’”, afirma ele. Porém, abrigando esse “cenário magnífico de cartão-postal” estava o carioca, que, em sua maioria, não adotou os novos hábitos modernos. “Era necessário povoar o imaginário do Rio com o carioca. O habitante da cidade não era cópia de nenhum modelo europeu” (LESSA, 2000, p. 261). Todos esses fatores, embora não sejam impeditivos da vinda de turistas, contribuíram para que a consolidação do turismo tenha se dado mais lentamente do que parecia ser a expectativa da imprensa.

Em 1927, a *Lamport & Holt* organizou uma nova excursão turística com origem nos Estados Unidos, com interessados em participar do carnaval carioca. A nota contou que embarcou um “elevado número de turistas, incluindo muitos que já estiveram no último Carnaval e que, ao que parece, pretendem não perder mais as nossas festas de Momo” (CORREIO DA MANHÃ, 08 fev. 1927, p. 7). Eles ficaram hospedados no Hotel Glória e permaneceram no país por dez dias, aproveitando para fazer passeios pela cidade e para conhecer São Paulo. Essa viagem, que passou, estrategicamente, a parar no Rio de Janeiro nos

dias de folia antes de seguir para outros lugares, estava se tornando parte do roteiro oferecido pela companhia (JORNAL DO BRASIL, 02 fev.1929, p. 5), como podemos perceber pelas notícias dos jornais.

O *Jornal do Brasil* (08 fev. 1928, p. 5) trouxe uma outra preocupação em 1928. O periódico comemorou a inclusão dos portos do Rio de Janeiro e de Santos no itinerário do transatlântico “Empress of France”, visto que isso significaria o aumento da presença de turistas no país, algo desejado pelos governantes e pela Sociedade Brasileira de Turismo. Outro ponto significativo foi que, a partir de então, o Brasil conseguiu fixar-se no rol de destinos turísticos dessa companhia, tal como a Cidade do Cabo, Nápoles e Gibraltar.

No dia seguinte de chegada desses mesmos visitantes, o *Correio da Manhã* (11 fev. 1928, p. 4) escreveu um outro texto falando sobre o assunto. O jornal criticou o período no qual o grupo aportaria no Rio de Janeiro, em pleno verão, sob um forte calor, sendo que isso poderia causar-lhe a impressão de que esse era o clima carioca durante o ano inteiro, esquecendo “de que, no seu país [Estados Unidos], nos meses de junho, julho e agosto, a temperatura é mais escaldante e a atmosfera mais sufocante do que aqui”. A sugestão do diário foi que os nossos “promotores do turismo” informassem aos países que organizavam essas viagens que o melhor momento para visitar o Brasil era entre maio e outubro, “em que gozamos uma deliciosa e invejável primavera”. No mesmo dia, o assunto foi novamente abordado pelo *Correio*, contudo em outra página, onde relacionou de forma mais completa o roteiro internacional da viagem e o tempo em que eles ficariam no Brasil, de sexta-feira pela manhã até o domingo ao entardecer (CORREIO DA MANHÃ, 11 fev. 1928, p. 6).

No domingo, 12 de fevereiro, o assunto voltou à pauta, agora no *Jornal do Brasil*. Este era o dia em que os excursionistas iam embora do Rio, partindo para Santos, onde passariam mais um dia antes de seguir viagem para Montevidéu. Todavia, em menos de uma semana, teria início do carnaval carioca. O periódico exaltou a aprovação pelo legislativo municipal de uma verba direcionada para propaganda do Rio de Janeiro no exterior por entender que isso ajudaria instigar a vontade de visitantes estrangeiros em conhecer o país. Entretanto, a notícia destacou que, além da divulgação, a prefeitura deveria se preocupar em viabilizar informações sobre nosso clima e costumes. Segundo o jornal, a chegada do “Empress of France” em pleno verão carioca, imediatamente antes da folia carnavalesca, “o único atrativo que justificaria a vinda de turistas no nosso verão”, comprovava a falta de conhecimento destes sobre o Brasil.

Sem relacionar, nominalmente, o que chamou de “centros de diversão”, a matéria justificou que, precisamente em decorrência do forte calor, muitos habitantes da própria cidade

iam para os municípios serranos, onde as temperaturas eram mais amenas, ou para as praias, e, por isso, muitos dos locais que poderiam suscitar o interesse dos visitantes ficavam fechados.

[...] como prova, o fato de por aqui passar um transatlântico cheio de turistas, poucos dias antes da grande festa carioca, quando com uma semana mais, teriam os estrangeiros que ora nos visitam, ensejo de conhecer, além das nossas belezas naturais, os nossos famosos e tradicionais festejos carnavalescos (JORNAL DO BRASIL, 12 fev. 1928, p. 5).

Em relação à questão levantada pelo *Jornal do Brasil*, que também foi abordada por Príncipe Fofinho em matéria no *Correio da Manhã*, sobre a propaganda do país no exterior, podemos afirmar que, durante o primeiro período republicano da nossa história, não houve por parte das autoridades brasileiras uma política constante de divulgação da nossa cultura no exterior. Mas, em 1920, sobretudo por ação do recém-nomeado Ministro das Relações Exteriores, José Manuel de Azevedo Marques²⁶, essa visão começou a mudar. Ele defendia a ideia de que era preciso estabelecer intercâmbios culturais e missões industriais, intelectuais e comerciais que beneficiassem o Brasil (DUMONT, FLÉCHET, 2014, p. 205), o que demonstra uma preocupação de cunho econômico, mas também de valorização da difusão da nossa cultura internacionalmente.

Outra ação desse período que nos possibilita ver um maior comprometimento político com a divulgação internacional do Brasil foi a nossa participação no Instituto de Cooperação Intelectual, fundado em 1925, na França. A entidade nasceu de um desdobramento da Comissão Internacional de Cooperação Intelectual da Liga das Nações, criada em 1922, e objetivou promover, como seu próprio nome diz, a cooperação intelectual internacional. Segundo os franceses, era preciso criar um instituto que reunisse condições financeiras e materiais para realizar as atividades pensadas pela comissão (RESENDE, 2013, p. 15).

A efetiva participação brasileira deu-se com a criação da Comissão Brasileira de Cooperação Intelectual, que, gradualmente, passou a ser gerida pelo ministério, com a seguinte composição:

[...] Aloísio de Castro, por Affonso Celso (Presidente do IHGB e acadêmico), Afrânio Peixoto (médico, escritor e acadêmico), Henrique Morize (Diretor do Observatório Nacional), Medeiros e Albuquerque (escritor e acadêmico), Miguel Couto (médico e acadêmico), Paulo de Frontin (engenheiro e acadêmico) e Rodrigo Otávio (jurista e acadêmico). Com exceção de Henrique Morize, todos os demais membros da Comissão Nacional Brasileira eram membros da Academia Brasileira de Letras. (RESENDE, 2013, p. 20)

²⁶ José Manuel de Azevedo Marques nasceu em São Paulo, em 1865, e assumiu o cargo a convite do presidente Epitácio Pessoa.

Também em 1925, foi nomeado, como representante brasileiro no Instituto, Élysée Montarroyos, que se tornou o intermediário entre esse organismo e o ministério das Relações Exteriores. Ele defendia a importância da divulgação da cultura para o estabelecimento das relações internacionais e via a entidade como uma das melhores possibilidades de divulgação do Brasil no exterior. A sua crença nessa política, fez com que ele escrevesse uma carta endereçada ao ministro Otávio Mangabeira²⁷ solicitando a subvenção brasileira ao Instituto no valor de 15 mil francos-ouro (DUMONT, 2012, p. 51). Contudo, foi só no ano de 1932 que ele conseguiu implementar, realmente, um serviço de propaganda internacional do Brasil. (DUMONT, FLÉCHET, 2014, p. 205-206).

Percebemos, portanto, que, ainda na década de 1920, quando o turismo passou a ser um ponto relevante dentro do desenvolvimento econômico e social brasileiro, temos também nossas primeiras ações na direção da propaganda da nossa cultura no exterior. Talvez com um entusiasmo exagerado, esse tipo de notícia parecia suscitar o interesse da imprensa, como vimos nas notícias mencionadas anteriormente, que destacam a chegada de visitantes estrangeiros durante o carnaval, sempre de maneira efusiva. Elas sintetizam o que encontramos nos levantamentos dos três jornais – *Jornal do Brasil*, *Correio da Manhã* e *O Paiz* – que analisamos para o desenvolvimento deste tópico.

Contudo, sem desprezar o significado das ações que estavam sendo feitas para o incremento das propagandas turísticas brasileiras no exterior, esse serviço permaneceu insuficiente mesmo durante o governo do presidente Getúlio Vargas, que foi mais comprometido com o desenvolvimento do setor. Valéria Guimarães (2012, p. 227) relata que nossos corpos diplomáticos em diversos países, como Austrália, País de Gales e África do Sul, solicitavam o aumento na alocação de recursos para divulgação turística, mas não obtinham sucesso. Em geral, coube às próprias legações diplomáticas o esforço para estabelecer uma ligação turística com tais nações.

Um exemplo disso consistiu na criação da *American Brazilian Association* (ABA), entidade privada já mencionada no segundo capítulo deste trabalho. Os resultados conseguidos por ela foram obtidos através do empenho particular de Sebastião Sampaio, membro-fundador e cônsul brasileiro em Nova York, e de Edwin Morgan, embaixador americano no Brasil. Por

²⁷ Otávio Mangabeira era, no período, o Ministro das Relações Exteriores do Brasil. Foi nomeado para o cargo pelo presidente Washington Luís e, com a ascensão de Getúlio Vargas ao poder, em 1930, foi preso e, posteriormente, exilado na Europa.

ação deles, a primeira exposição coletiva de arte brasileira²⁸ foi realizada no *Roerich Museum*, em outubro de 1930 (VIANNA, 2018, p. 137).

Até mesmo o carnaval, que trazia, constantemente, turistas norte-americanos ao Rio de Janeiro, não tinha a devida propaganda naquele país. Em 1935, Angelo Orazi, gerente do *Touring Club* do Brasil, revelou as queixas sobre esse assunto feitas por Leo Stanton Rowe, diretor-geral da *Pan American Union*²⁹, entidade criada em 1890 com objetivo de estabelecer a interação e cooperação dos países latino-americanos com os Estados Unidos. A instituição reclamava por, simplesmente, não receber material de divulgação do país, situação bem diferente de nações sul-americanas como Chile e Argentina. Segundo Orazi, Rowe ela propôs fazer divulgação gratuita do nosso carnaval por meio do envio de cinco mil folhetos para um grupo selecionado de turistas estadunidenses. O intuito era incentivá-los a conhecer o Rio de Janeiro. Não há notícias se a proposta foi efetivada (VIANNA, 2018, p. 148). Entretanto, esse exemplo demonstra como era precária a divulgação da nossa principal festa no exterior em meados da década de 1930, o que não invalida os esforços feitos durante o período.

O *Jornal do Brasil* deixou exposta essa deficiência em matéria publicada sobre o carnaval de 1929. Sob o título “Um milagre de carnaval”, foi ratificado o potencial de divulgação do Rio de Janeiro através dos festejos momescos, que, para o diário, era mal aproveitado. A crítica à falta de investimento em propaganda no exterior, incluindo as que versassem sobre o carnaval, foi recorrente durante o período de recorte desta tese. Possivelmente, essa precariedade resultava em prejuízos para o desenvolvimento do turismo nacional. A matéria apontou que a solução para captar mais interessados foi, dentro do orçamento gasto com a propaganda no exterior, direcionar uma parte dela para a produção de filmes que divulgassem imagens do carnaval.

Se o Brasil tivesse um carnaval perpétuo, seria sem dúvida, o país mais conhecido do globo.

Cada ano, o Carnaval traz ao Rio numerosos turistas, que vêm atraídos por essa fama, já hoje, quase universal, que têm as festas de Momo aqui.

Este ano mesmo, estamos em vésperas de receber navios que vêm do Sul abarrotados de visitantes. São argentinos, uruguaiois, até chilenos, que vêm curiosos de ver o Carnaval carioca. Outros vem também da América do Norte, e da Europa...

²⁸ Antes da efetivação da exposição, a jornalista Frances Grant, na época diretora do *Master Institute of United Arts*, em Nova York, veio ao Brasil, entre outras razões, para fundar o grupo de artistas locais que faria parte da Sociedade dos Amigos do Museu Roerich. O objetivo desse grupo consistiu na organização de exposições de arte estrangeira em Nova York e possibilitar visitas e exposições do museu nos países que faziam parte da instituição (CARDOSO, 2014, p. 1028).

²⁹ A *Pan American Union* dará origem, em 1948, à Organização dos Estados Americanos (VIANNA, 2018, p. 147).

O Brasil gasta por ano, verbas consideráveis com a sua propaganda no exterior.

Temos a prova, entretanto, de que a melhor propaganda nossa seria a mais barata: deveria consistir numa difusão larga, pelo mundo todo, de *films* naturais, mostrando o que é o nosso Carnaval!...

Nesse dia, seríamos, talvez, o país mais visitado do mundo... (grifo do autor)
(JORNAL DO BRASIL 03 fev. 1929, p. 5)

Aqui, novamente, percebemos uma expectativa que nos parece ser maior do que o quadro real. A notícia relacionou turistas vindos dos Estados Unidos e nações da América do Sul e da Europa, o que de fato acontecia e gerava, por si só, um certo entusiasmo na grande imprensa por corroborar com seu posicionamento sobre a importância da propaganda internacional do país. Há, ainda, uma outra afirmação na notícia que nos permite ver o estágio de euforia do jornalista do *Jornal do Brasil*. Ele escreveu que, se o carnaval durasse o ano inteiro, o Brasil seria o país mais conhecido do mundo. Desconsiderando o exagero, tal frase nos ajuda a perceber como as celebrações momísticas consolidavam-se dentro da indústria do turismo que se formava no país, mesmo sem a divulgação adequada.

Enquanto nessa matéria do *Jornal do Brasil* se defendeu que o problema do Brasil era gerenciar melhor como seria utilizada a verba destinada à propaganda no exterior, uma outra, no carnaval de 1930, reclamou que o valor destinado a tal fim era ínfimo e, por isso, não se revertia em um número considerável de visitantes estrangeiros em nosso país durante os dias de festa. Não se ignorou que a prefeitura daquele período, sob comando de Antônio Prado Júnior, estava fazendo esforços na direção do desenvolvimento turístico, porém, na visão do jornal, apenas isso era insuficiente.

A verba de seiscentos contos, que o nosso orçamento municipal tem consignado, nos últimos anos, para propaganda turística, é simplesmente ridícula. Dela, chegou-se a destacar, em 1929, a fração mínima de cinquenta contos de réis para reclame do nosso carnaval em Nova York. O que se possa fazer, num país onde a publicidade é a mais cara do globo, com pouco mais de cinco mil dólares, não sabemos.

[...]

Houve, no começo da atual gestão municipal, uma tentativa de trabalho externo de propaganda turística. Mas até agora, não se sabe bem em que ficou essa ideia tão feliz, tão oportuna do nosso prefeito, que diga-se de passagem, não tem deixado de fornecer, indiretamente, elementos à expansão do turismo, com o embelezamento da nossa Capital e, principalmente, com a melhoria e aumento da nossa rede rodoviária do Distrito Federal.

Mas isso só não basta, e enquanto não formos oferecer ao estrangeiro, dentro do seu próprio país, a miragem sedutora da nossa terra, com todos os seus irresistíveis encantos, não teremos turismo (JORNAL DO BRASIL, 24 jan. 1930, p. 13).

Contudo, não era apenas a imprensa que defendia a necessidade de divulgação do carnaval no exterior. O crescimento da festa proporcionaria vantagens econômicas para diversos setores, como o comércio e o de hospedagem. Sabemos que vários hotéis promoviam eventos carnavalescos, com inspiração italiana, desde o final do século XIX, como forma de aumentar sua ocupação e oferecer entretenimento aos seus hóspedes. Com o tempo, os bailes oferecidos nesses locais foram se modificando, alterando até mesmo o estilo musical, tornando-se mais próximos ao carnaval brasileiro (MACHADO, 2008, p. 161), objetivando atrair público estrangeiro e a alta classe carioca.

Podemos ver isso, por exemplo, no carnaval de 1925, no *O Paiz*. Na sua coluna social, foi anunciado, primeiro, um “suntuoso baile de máscaras” no Copacabana Palace para celebrar o início das comemorações carnavalescas, e, na sequência, inseriu-se uma nota sobre um “baile de encerramento” no Palace Hotel (O PAIZ, 16 e 17 de fev. 1925, p. 4). Ainda na mesma edição, o Hotel Glória veiculou uma propaganda da sua programação de carnaval, com eventos todos os dias, nos quais se destacavam os concursos de fantasias e “desfile de artistas”. Em vários empreendimentos como estes foram realizadas celebrações carnavalescas no decorrer dos anos. A apreensão em impressionar os visitantes tinha como motivação tentar fazer com que, no ano seguinte, mais estrangeiros viessem curtir os dias de folia. Isso, naturalmente, influenciou a própria organização da festa, não só nos hotéis, mas também nos desfiles realizados nas ruas.

Se a propaganda do Brasil e do carnaval carioca no exterior ainda caminhava lentamente nas décadas de 1920 e 1930, podemos afirmar que as matérias da grande imprensa nacional enalteciam o poder de atração que a festa poderia exercer, principalmente, nos turistas estrangeiros. Não notamos, no entanto, a mesma preocupação em relação a presença de visitantes de outros estados ou ações para incentivar a sua vinda. Isso não significa afirmar que moradores de outras cidades do estado do Rio de Janeiro e de outras localidades do país não viajassem para participar do carnaval carioca. Ainda que sem dados comprobatórios, é possível pensar que eles fossem uma parte considerável dos visitantes nesse período, pois a cidade era a sede do poder político e apresentava-se esteticamente como uma cidade moderna. Para os jornais da época, contudo, a confirmação de que o Rio de Janeiro se configurava como um destino turístico e proporcionava um carnaval adequado à modernidade era ser a escolha de estrangeiros.

Percebemos, ainda, que havia uma certa euforia da imprensa ao divulgar as informações da chegada de navios com turistas para aproveitar os dias de folia. Em notícias que reproduzimos ao longo deste trabalho, notamos que algumas frisavam o número de turistas nas

embarcações, principalmente de norte-americanos³⁰. Entretanto, de forma geral, os jornais optavam por utilizar termos como “muitos” ou “grande número” para referirem-se à quantidade de estrangeiros no Rio de Janeiro durante a folia. Se pensarmos efetivamente o que isso representava no universo da quantidade de foliões que brincavam o carnaval nas ruas da cidade, o número é quase que inexpressivo. Porém, na realidade em construção na nossa cidade-capital, onde se procurava aliar modernidade e turismo, o fato de concretamente existir o movimento de turistas aportando periodicamente para aproveitar o carnaval era um elemento positivo.

A intensificação da presença de estrangeiros nos festejos carioca, tão desejada pela grande imprensa, dependia, entre outros fatores, de um maior investimento do poder público nas sociedades que eram responsáveis por fazer da festa uma atração turística. Nos primeiros dias de janeiro de 1929, o *Jornal do Brasil* (09 jan. 1929, p. 3) trouxe uma entrevista com Manuel Muratori Barreiros, conhecido como Quininho, presidente da comissão de carnaval do Pierrots da Caverna, uma das grandes sociedades naquele momento. Fundada em 1925, ela surgiu a partir de um grupo formado desde 1911 com o mesmo nome. Quininho explicou que, no primeiro ano, eles não conseguiram viabilizar um carnaval externo, mas isso se tornou possível em 1927, por terem recebido auxílio financeiro, mesmo que menor em relação às demais sociedades.

Ainda segundo o entrevistado, em 1928, o quadro mudou. Com o valor recebido, eles prepararam um desfile vitorioso e, agora, as expectativas recaíam sob o carnaval de 1929. Segundo Quininho, era preciso que tanto o governo federal quanto a prefeitura do Rio estabelecessem a subvenção financeira às sociedades para que elas pudessem garantir o espetáculo nos dias dos festejos momescos. Para argumentar sua posição, destacou, justamente, o poder de atração de visitantes da festa: “Agora, tratando-se do Carnaval de 1929, em que a nossa Capital receberá a visita de milhares de turistas, conhecedores do nosso carnaval apenas através de sua fama mundial, esperamos não mais haver dúvidas sobre os auxílios do Governo [...]” (JORNAL DO BRASIL, 09 jan. 1929, p. 3).

O assunto voltou às páginas do periódico, alguns dias depois, em virtude dos debates sobre a importância do uso dos créditos financeiros aprovados pela prefeitura para serem gastos com dois eventos realizados na cidade. Primeiro, tratou-se do que era destinado à reforma do Palácio das Festas para abrigar a Feira de Amostras de Produtos da Lavoura, da Indústria e do Comércio. Em seguida, abordou-se a necessidade de gastos com propaganda, turismo e

³⁰ Para ilustrar, ao longo deste trabalho, noticiamos a vinda de cem turistas norte-americanos para o carnaval de 1926 (CORREIO DA MANHÃ, 05 fev. 1926, p. 8) e para a festa de 1929 foram relatados o desembarque de 350 turistas oriundos de Nova York (JORNAL DO BRASIL, 08 fev. 1929, p. 13).

carnaval. Como argumento central nessa questão, o jornal perguntou: “O Carnaval não é, de fato, um dos nossos maiores atrativos? Não é sabido que ele, por si só, canaliza para o Rio, anualmente, dezenas de milhares de turistas? E o turismo, como é notório, não é uma das maiores e mais rendosas indústrias do mundo?” (JORNAL DO BRASIL, 18 jan. 1929, p. 5). Essa notícia evidencia, portanto, como, para a grande imprensa brasileira da qual o periódico fazia parte, a relação entre o setor turístico e o carnaval era observada com crescente potencialidade econômica que dependia de investimentos adequados para o seu desenvolvimento.

Ao longo da matéria mencionada acima, há uma comparação da atenção dada pelas autoridades municipais do Rio de Janeiro com uma iniciativa da prefeitura de Buenos Aires, que vinha tentando dar ao carnaval argentino “a feição do nosso” para criar um duplo movimento: a permanência dos seus habitantes, posto que muitos vinham em direção ao Brasil nos dias de folia, e a atração de turistas estrangeiros. Isso nos leva a pensar que, substancialmente na América do Sul, nossa folia carnavalesca exercia um forte poder de atração, servindo como modelo de implementação.

No *Correio da Manhã*, em 1931, o cronista carnavalesco Príncipe Fofinho também assinalou sua preocupação com a falta de financiamento público para o desfile das sociedades carnavalescas. Por não existir um compromisso regularizado, elas ficavam sem ter a certeza do auxílio financeiro, muito menos quando e quanto conseguiriam, sendo isso fundamental para a confecção do préstito. No texto, ele ressaltou que as sociedades pagam “licenças e muitos outros ônus” à municipalidade para colocarem seus cortejos nas ruas e isso acabava gerando ainda mais lucro aos cofres do governo porque eram esses desfiles que atraíam os turistas para a cidade, movimentando consideravelmente a economia (CORREIO DA MANHÃ, 10 jan. 1931, p. 11).

A relação entre carnaval, turismo e a grande imprensa carioca funcionou de maneira íntima nas primeiras três décadas do século XX – e, ainda hoje, não parece ter mudado. O fomento às atividades turísticas e o incremento da folia carnavalesca, incentivada e divulgada pelos veículos de comunicação, ajudou a colocar o Rio de Janeiro na rota do turismo internacional e, ainda que indiretamente, deve ter fomentado também a vinda de brasileiros de outros estados.

Contudo, não podemos desconsiderar que a expectativa da imprensa era maior do que a realidade. Os jornais exaltavam os navios que traziam grupos de estrangeiros para vivenciarem os dias de Momo na cidade, porém esse número era relativamente pequeno no universo geral de foliões. Ao mesmo tempo, não podemos menosprezar esse fluxo de visitantes uma vez que

ele representa o poder de atração da festa quando o turismo, como atividade organizada no país, ainda dava seus primeiros passos.

Nosso passeio por entre matérias dos periódicos *Correio da Manhã*, *Jornal do Brasil* e *O Paiz* evidencia que a imprensa partidária da folia momística ordenada intencionava atender aos anseios dos cariocas, bem como sentia que este era um importante braço da economia do país. Aproveitar um traço cultural da identidade brasileira para atrair viajantes estrangeiros era uma oportunidade indispensável de movimentar e fortalecer, economicamente, a cidade do Rio de Janeiro.

3.3 O papel dos cronistas carnavalescos na festa de Momo no Rio de Janeiro

Os cronistas carnavalescos podem ser vistos como alguns dos melhores exemplos da simbiose entre carnaval e imprensa. Esses especialistas se formaram com a modernização desses veículos de comunicação, conseguiram ampliar a visibilidade do carnaval e tornar o tema comum em boa parte dos periódicos cariocas. Essa assertiva é comprovada com a significativa quantidade de profissionais dedicados a essa temática no Rio de Janeiro, já no início da década de 1920. Jota Efegê (1965, p. 113-114), em seu livro sobre o Ameno Resedá, listou quase sessenta nomes de cronistas carnavalescos e os periódicos onde escreviam, que estavam em atuação durante a existência desse rancho, entre 1907 e 1941. Eles trabalhavam para jornais, revistas, publicações avulsas e mantinham relações, muitas vezes comerciais, com os grupos carnavalescos, recebendo para divulgá-los.

O cronista carnavalesco não era só um “amante” da folia momística ou um jornalista comprometido com a divulgação da festa. Podemos observá-lo como um intelectual mediador, conceito desenvolvido por Ângela de Castro Gomes e Patrícia Hansen (2016, p. 9), que assumiu seu papel como produtor de conhecimento e comunicador de ideias que podia ou não intervir na esfera político-social. Muitas vezes, esse intelectual não tinha sua função reconhecida por não se adequar ao perfil tradicional da categoria social e operar numa realidade que “não é erudita, não é original, não é científica, não é alta cultura e, às vezes, não é ‘séria’” (GOMES, HANSEN, 2016, p. 13).

Contudo, como vimos anteriormente, não acreditamos na existência de oposição entre as chamadas cultura erudita e a popular. Se formos pensar especificamente dentro da lógica carnavalesca, há uma aproximação entre elas, algo que configura a circularidade cultural debatida por Rachel Soihet (2008). É assim que deve ser observada a figura do cronista

especializado em carnaval. Ele era não da alta sociedade, não tinha o refinamento na escrita ou uma formação educacional completa, mas escrevia com propriedade de quem vivenciava o assunto sobre o qual se referia. Ele viveu e conviveu nos ambientes das rodas de samba, dos salões e dos clubes. Normalmente, tinha uma relação prévia com os ranchos e blocos, apresentando uma ligação intrínseca com tais lugares por sua origem socioeconômica.

A proximidade estabelecida entre cronistas e o carnaval foi identificada nos textos que eles divulgavam nos jornais. Isso fez com que os cronistas revelassem para um público mais amplo as informações sobre essa festa que, na verdade, resulta da combinação das múltiplas ações empreendidas por distintos grupos sociais, uma vez que cada um celebra do seu jeito. Porém, eles não podem ser compreendidos como simples transmissores. Vemos esses profissionais na categoria de intelectual mediador, que “produz, ele mesmo, novos significados, ao se apropriar de textos, ideias, saberes, conhecimentos, que são reconhecidos como preexistentes”, ele atribui sentido ao resultado da sua prática (GOMES, HANSEN, 2016, p. 19) – no nosso caso, a crônica carnavalesca.

Os homens que assumiram a função de especialistas em carnaval nos jornais diários eram, normalmente, de origem simples e conseguiram prestígio social por sua atuação na área. É provável que as suas próprias histórias de vida tenham conseguido trazer uma certa sensibilidade ao tratamento das manifestações populares na imprensa, que ainda adotava o discurso “civilizatório” europeu. Eduardo Coutinho (2006, p. 89), que desenvolveu uma pesquisa especificamente sobre esse tipo de cronista, a quem também chamou “repórter-folião”, afirmou:

Profissional oriundo das classes subalternas, ele tem um pé no mercado, como agente de uma empresa jornalística e promotor de um Carnaval proto-industrial, e outro na cultura popular tradicional, sendo, muitas vezes, ligado às religiões afro-brasileiras, frequentador de terreiros e das casas das tias baianas.

Coutinho (2006, p. 90) traçou o perfil dos cronistas carnavalescos a partir de uma investigação sobre suas origens e meios sociais, buscando entender “seu lugar de repórteres na folia e de foliões na empresa jornalística”. O autor fundamenta-se em dados biográficos de Peru dos Pés Frios e Vagalume, dois dos principais nomes que atuaram nessa função e que iremos analisar aqui, para afirmar o histórico humilde dos cronistas carnavalescos no geral. Lira Neto (2017, p. 83), também baseando-se na biografia de ambos, nos afirma que eles eram “mulatos, boêmios, oriundos de famílias pobres e notórios carnavalescos”. Os dois são sempre citados como referência quando se aborda o tema porque conseguiram dar visibilidade para o carnaval popular na imprensa.

Nei Lopes (2011, p. 68-69), em seu *Dicionário literário afro-brasileiro*, corrobora com a posição dos demais autores. Além de afirmar que a maior parte desses profissionais era composta por negros e pertencentes às camadas populares, ele salienta que o trabalho deles ajudou evidenciar a cultura negra mostrando, em seus textos, as comunidades proletárias da cidade.

Peru dos Pés Frios tem sua relevância ligada não só a sua atuação como escritor, mas também ganhou destaque pela participação fundamental no primeiro samba gravado da história – ritmo que se consagrou, posteriormente, como oficial da folia carnavalesca. Já a vida de Vagalume se confunde com o próprio desenvolvimento da crônica carnavalesca (COUTINHO, 2006, p. 90). Sua notoriedade fez-se com o tempo e, no início da década de 1930, era considerado a principal figura da imprensa quando se falava em carnaval (CABRAL, 2016, p. 21). É por conta desses fatores que os dois marcaram seus nomes na história carnavalesca e, juntos com Jota Efegê³¹, são os únicos nomes lembrados quando se aborda esse tipo de cronista com atuação antes da oficialização da festa, em 1932.

Peru dos Pés Frios³² iniciou sua carreira jornalística em *A Folha do Dia* e, em sua trajetória profissional, passou pelo jornal *A Rua* e o *Diário Carioca*, periódico que ajudou a fundar, em 1928. Vagalume³³ escreveu em folhas como *Jornal do Brasil* e *A Tribuna*. Ambos frequentavam as rodas de samba da casa da Tia Ciata, os salões dos grandes clubes e as pequenas sociedades. Apesar de concorrentes, apresentavam um bom relacionamento e até uma certa cumplicidade.

Como mencionamos, Peru dos Pés Frios, além de ter sido cronista carnavalesco, tem um papel proeminente na consagração do samba como ritmo musical. Ernesto dos Santos, mais conhecido como Donga, foi o primeiro autor a gravar uma canção desse tipo, intitulada “Pelo telefone”, no ano de 1917. Ainda que tenha sido o pioneiro no registro sonoro do ritmo, ele próprio defendeu que sua origem era bem mais antiga, tendo surgido na Bahia, “muito antes de eu nascer, mas foi aqui no Rio que ele se estilizou” (SODRÉ, 1998, p. 71). É de fundamental importância marcar a diferença entre a criação do samba como ritmo musical do momento em que ele foi gravado pela primeira vez, não atribuindo, erroneamente, a Donga a sua criação.

³¹ Jota Efegê (João Ferreira Gomes) nasceu no Rio de Janeiro, em 1902. Escreveu para o *Jornal das Moças*, *Noite Ilustrada*, *O Jornal*, *Diário Carioca*, entre outros. Também foi autor de livros como *Ameno Resedá – o rancho que foi escola*, *Maxixe – a dança excomungada* e *Figuras e coisas do Carnaval Carioca*, bibliografia fundamental para estudiosos do carnaval.

³² Peru dos Pés Frios foi o principal pseudônimo do cronista carnavalesco Mauro de Almeida. Ele nasceu no Rio de Janeiro, em janeiro de 1882 e morreu, na mesma cidade, em 1956.

³³ Vagalume foi como se tornou conhecido Francisco José Gomes Guimarães, que viveu entre 1877 e 1947 no Rio de Janeiro, cidade onde nasceu e viveu por toda sua vida.

Para o compositor, o estereótipo criado em torno do samba como coisa de “negros e desordeiros” foi um dos fatores responsáveis pela demora temporal para a gravação da primeira canção, que já era entoada pelos ranchos em suas apresentações nas ruas. Sérgio Cabral (2016, p. 37) informa, ainda, que antes de 1917, outros sambas foram gravados, alguns identificados como este ritmo, enquanto outros não. No entanto, foi a canção de Donga e Mauro de Almeida que conseguiu se sobressair, sendo taxada como precursora.

Sobre essa canção, que tem em Peru dos Pés Frios seu principal letrista, há uma série de questões, como o fato de Donga ter registrado a música como sua, sendo ela resultado de uma criação coletiva das rodas de samba da casa da Tia Ciata (SOIHET, 2008, p. 130). Mauro de Almeida teria sido considerado como coautor por ter organizado as várias contribuições autorais³⁴. É interessante observar a visão que Carlos Sandroni (2001, p. 120) trouxe sobre as discussões em torno da autoria de “Pelo telefone”. Sendo Donga ou não seu único compositor, o registro feito por ele foi um passo fundamental para dar visibilidade a um gênero de canção que estava restrito àquele universo dos frequentadores da Praça Onze³⁵. A partir desse momento, o “tango-samba carnavalesco” de Donga começou a conquistar espaço, gradualmente, no carnaval carioca.

O próprio Peru dos Pés Frios, em entrevista dada ao jornal *A Noite*, em 1956, contou a sua versão sobre a discussão em torno da autoria de “Pelo telefone”:

- A história do samba “Pelo Telefone”, também é simples – diz o Mauro de Almeida. Naquela época, 1917, se não me engano, a fina flor da boemia da cidade frequentava a casa da Tia Ciata, que ficava ali na rua Visconde de Inhaúma. Era uma famosa “mãe de santo”, e muita gente boa ali aparecia para cantar, sambar, fazer chorinhos, etc. O Dr. Aurelino Leal, - homem bom e meu amigo – era também um dos frequentadores. Aproximava-se o Carnaval, a situação política era tensa e não me recordo bem o motivo porque sempre fui apolítico. Certo dia após uma palestra com Dr. Aurelino Leal, encontrei-me com este outro bom homem que é Donga e ele tocou ao violão, um samba que havia feito. A melodia do Donga e a palestra do Dr. Aurelino Leal inspiraram-me os versos de “Pelo Telefone”, que durante muitos anos foi sucesso em carnavais brasileiros.

E, sempre muito bem humorado, Mauro ajunta:

³⁴ Lira Neto (2017, p. 85-86) relatou como Donga articulou suas ações para garantir a autoria da canção. Segundo o autor, em outubro de 1916, ele apresentou a música em uma audição em um teatro na Tijuca, sendo que apenas Mauro de Almeida registrou o fato em uma nota no jornal *A Rua*. Isso era importante para cumprir a exigência de apresentação da música ao público, antes de fazer o registro como autor. Em novembro daquele mesmo ano, ele registrou a melodia apenas em seu nome na Biblioteca Nacional. Depois, distribuiu a partitura pelas bandas musicais da cidade, onde constava, acima do título, sua dedicatória a Peru e Morcego (pseudônimo de Norberto do Amaral Júnior, “folião-símbolo do Rio de Janeiro”, nas palavras do próprio Lira Neto). Donga espalhou, pela imprensa, que a melodia estava pronta, esperando apenas a letra prometida por Mauro de Almeida.

³⁵ Rachel Soihet (2008, p. 129) trouxe em seu livro a versão criada pelos compositores que se consideraram enganados por Donga, publicada no *Jornal do Brasil*, em fevereiro de 1917, que tinha como versos iniciais: “Pelo telefone / a minha boa gente / mandou me avisar / que o meu bom arranjo / era oferecido / para se cantar”. Uma outra estrofe da música deixava ainda mais clara a insatisfação desses compositores: “Ó que cara dura / de dizeres nas rodas / que este arranjo é teu / é do bom Hilário / e da velha Ciata / que o senhor escreveu”.

- Ganhamos um dinheirão. Vinte e cinco mil réis cada. (A NOITE, 22 mar. 1956, p. 15)

A história contada por ele falava sobre Aurelino Leal, chefe da polícia do Rio de Janeiro entre 1915 e 1919, mas ela não pode ser comprovada, uma vez que a canção surgiu antes de Leal assumir o cargo. Jota Efegê (1982, p. 180-181) revelou que foram criadas duas ou três letras para o mesmo samba. A registrada por Donga, em 1916, na Biblioteca Nacional, acabou sendo por isso considerada oficial e tinha como sua primeira estrofe:

“O chefe da folia
Pelo telefone
Manda me avisar
Que com alegria
Não se questione
Para se brincar”.

No entanto, o uso da sátira e da crítica política eram comuns nas canções carnavalescas, fazendo com que elas caíssem no gosto popular mais facilmente. Foi justamente a versão que ironizava a competência da polícia em coibir os jogos proibidos que se tornou mais famosa, sendo sucesso no carnaval de 1917. Por obra do jornal *A Noite*, em 2 de maio de 1913, foi instalada, em frente à redação no largo da Carioca, uma roleta, com intuito de mostrar a ineficiência da polícia na repressão aos jogos, com um cartaz que dizia: “Jogo Franco – Roleta com 31 números – Só ganha o freguês”.

Os repórteres responsáveis pela ação, entre eles Eustáquio Alves e Castelar de Carvalho, colocaram-se ao lado da roleta, estimulando a população a participar da brincadeira. A polícia agiu, rapidamente, para acabar com a cena que, por mais que tenha acontecido quatro anos antes, foi inspiradora para uma nova versão do samba, também de autoria de Donga e Peru dos Pés Frios:

“O chefe da polícia
Pelo telefone
Mandou me avisar
Que na Carioca
Tem uma roleta
Pra se jogar”.

Mas agora, o chefe da polícia, encarregado da repressão dos jogos, era o Aurelino Leal, mencionado pelo cronista carnavalesco (EFEGÊ, 1982, p. 180).

A versão satirizada da canção ajuda a revelar os traços característicos da personalidade de Peru dos Pés Frios e que, naturalmente, era notória em seus textos. No *Diário Carioca*, onde assinou a coluna “Carnaval na rua!”, a partir de 1928, com um outro cronista conhecido,

K.K.Reco³⁶, mas sob o pseudônimos de Totó e Tatá, também observamos tais elementos na sua escrita. Já na apresentação, escreveram sobre si mesmos: “vão dirigi-la, dois velhos cronistas, um já careca, muito magro, e outro de cabelos brancos e barrigudo, mas foliões ainda de rija têmpera” (DIÁRIO CARIOCA, 16 dez. 1928, p. 3). E anunciam que o mês de dezembro, “de dias quase sempre incertos e chuvosos”, era quando se dava a partida para as comemorações carnavalescas. Podemos notar que, durante aquele mês de lançamento, a coluna foi publicada praticamente todos os dias, evidenciando que os festejos em homenagem a Momo estavam a pleno vapor.

Entre as muitas notícias relacionadas à programação dos clubes, ranchos, pequenas sociedades, a coluna de Totó e Tatá trazia sugestões de fantasias para o carnaval, sendo uma delas a de “linguiça com farofa”. A descrição deixava bem evidente o estilo dos cronistas que assinavam a coluna – e suas tendências políticas: “A ‘linguiça’ encarna o funcionalismo público à espera, já desesperada, do aumento dos seus vencimentos e a ‘farofa’ traduz muito bem a ‘gargantíca’ promessa feita sobre o assunto por sua majestade de El-Rei “D. Óculos Escuros e Capote Cinzento” (DIÁRIO CARIOCA, 20 dez. 1928, p. 4).

A majestade a quem se referem os cronistas era o presidente Washington Luís. Isso ficou ainda mais claro quando observamos uma outra matéria do próprio *Diário*, que pode ter inspirado os titulares da coluna a indicarem tal fantasia. Em setembro de 1928, observamos a notícia intitulada “Abandonavam o trabalho ou morriam de fome...”. Na sequência, seu subtítulo dizia: “Se não fossem os códigos celerados³⁷ desta democracia dos óculos pretos e do capote cinzento³⁸, bateríamos palmas ao movimento grevista iniciado ontem” (DIÁRIO CARIOCA, 06 set. 1928, p. 2). A Lei Celerada, sancionada em 1927 pelo presidente, tornava as greves dos trabalhadores como crime inafiançável. A matéria era sobre os funcionários de

³⁶ K.K.Reco era o pseudônimo de Norberto Bittencourt, que também foi o responsável pela seção carnavalesca e esportiva do jornal *A Época*.

³⁷ A Lei Celerada foi sancionada no governo de Washington Luís, decretando crime inafiançável “desviar os operários e trabalhadores dos estabelecimentos em que forem empregados, por meio de ameaças e constrangimento, assim como causar ou provocar cessação ou suspensão de trabalho, por meio de ameaças ou violências, para impor aos operários ou patrões aumento ou diminuição de serviço ou salário”. Por essa lei, o governo tinha direito a fechar sindicatos e agremiações que incentivassem e organizassem tais atos ou ações contra a ordem e a segurança pública.

Disponível em: https://www2.camara.leg.br/a/-/conheca/historia/Ex_presidentesCD_Republica/republica1.html
Acesso: set./2020.

³⁸ Em outra notícia publicada também no *Diário Carioca*, fica ainda clara a alusão a Washington Luís com o uso da mencionada expressão. Já no título, destaca-se: “Já, em 1922, o sr. Washington Luís usava capote cinzento e sorria...”. Ao longo do texto, ainda podemos ler: “Ora, o ‘Diário Carioca’ havia feito a descoberta do capote cinza do sr. Washington Luís, aliás documentando-a com instantâneos fotográficos de autenticidade indiscutível.” E, na sequência: “E o óculos escuros? Ah! Estes s. ex. só os adotou depois que, na presidência da República, recebeu uma grave perturbação ótica, produzida pelo fulgor solar que se irradia de sua própria pessoa (...)”. (DIÁRIO CARIOCA, 20 nov. 1928, p. 1).

uma usina de asfalto ligada à prefeitura do Rio de Janeiro que paralisaram suas atividades, segundo o texto, por estarem sem receber seus salários há mais de um mês e, ainda, caso solicitassem um vale de adiantamento, seriam descontados em 10%.

Uma outra sugestão de fantasia crítica em relação ao presidente, dada por Totó e Tatá, foi “De Cavaignac ou de bode”.

De facilíma execução. Nada mais há a acrescentar na fisionomia de quem se queria mascarar, do que o cavaignac. Para a de bode são mesmo dispensáveis os chifres. [...] Os únicos complementos admissíveis a essa fantasia de sucesso, são: os “óculos escuros” e o “sobretudo cinzento” [...] (DIÁRIO CARIOCA, 22 dez, 1928, p. 4).

Na sugestão de ambas as fantasias carnavalescas percebemos que os cronistas de “Carnaval na rua!” não eram meros foliões. Mauro de Almeida e Norberto Bittencourt evidenciaram suas opiniões sobre o governo oligárquico de Washington Luís, compartilhadas pelo jornal, que se posicionava em uma tendência mais à esquerda, pois defendia interesses da classe trabalhadora. A própria sociedade carioca era satirizada na coluna de Totó e Tatá, que sempre publicava o “Binóculo Carnavalesco”, com uma foto e um texto em língua estrangeira, parodiando a coluna social “Binóculo”, da *Gazeta de Notícias*.

Francisco José Gomes Guimarães era o nome de nascimento de Vagalume, que, ao lado de Peru dos Pés Frios, é considerado um dos principais nomes da crônica carnavalesca dos periódicos. Depois de iniciar sua carreira no *Jornal do Brasil*, em 1896, foi convidado para escrever em *A Tribuna*, em 1904, onde passou a assinar a coluna “Ecos Noturnos” com a proposta de tratar de acontecimentos da noite carioca, abordando questões e bairros que não faziam parte da realidade de outros jornais. Na mencionada coluna, ele se referia aos grupos carnavalescos formados nos subúrbios da cidade com objetivo de legitimá-los diante do restante da sociedade carioca (PEREIRA, COSTA, 2018, p. 32). Anos mais tarde, voltou ao *Jornal do Brasil*, onde despontou como um dos repórteres especialistas na folia de Momo. Nas palavras de Jota Efege (1982, p. 131), Vagalume era o “decano dos cronistas carnavalescos”.

Toda querela da composição da música “Pelo telefone” foi presenciada por Vagalume. Frequentador da roda na casa da tia Ciata, ele viu a canção nascer e, segundo Lira Neto (p. 85-86), profetizou que seria o sucesso do carnaval de 1917. E ele não estava errado. Na festa da celebração de mais um aniversário da fundação dos Democráticos, ainda naquele ano, os presentes exigiram que fosse tocado o samba de Donga. Novamente, o cronista destacou o sucesso da apresentação.

Presença constante nos diferentes recintos carnavalescos, inclusive das pequenas sociedades, Vagalume foi o responsável pela criação dos “Dia dos Ranchos”, no início dos anos

1920 (COUTINHO, 2006, p. 100). Defendeu o carnaval das camadas populares, evidenciando que o brilho da festa resultava do esforço que esses grupos faziam para promover a folia carnavalesca. No *Jornal do Brasil*, periódico no qual trabalhava, temos a notícia do primeiro evento desse tipo na cidade, creditando a sua realização ao próprio diário e gerando muita expectativa:

O dia dos Ranchos será comemorado no meio das maiores explosões de alegria, tal como bem merecem os dignos foliões, que não medem esforços nem sacrifícios em prol do pequeno carnaval que, de ano para ano, se vai tornando mais rico, mais artístico, mais deslumbrante e luxuoso.

[...]

[...] tudo demonstra que a “Mi-Carême” será a maior festa que até hoje se tenha realizado no centro da cidade [...] (JORNAL DO BRASIL, 02 mar. 1920, p. 14).

No dia seguinte a essa publicação, uma nova matéria continuava a exaltar o evento, que seria realizado no domingo de Momo e elencava uma listagem com nomes de quarenta e cinco sociedades carnavalescas com confirmação de presença (JORNAL DO BRASIL, 03 mar. 1920, p. 9). Dias depois, Vagalume assinou um texto no periódico, ainda extasiado com o resultado da festa, procurando reafirmar que os ranchos não eram cordões, como muitas pessoas acabavam confundindo. Afirmou ele: “A ‘Mi-Carême’ organizada pelo ‘Jornal do Brasil’ veio a instituir o Dia Dos Ranchos e, sobretudo, tirar de uma vez essa fama de ‘cordão’ que vinham emprestando às pequenas sociedades, que representam o Carnaval do Futuro” (JORNAL DO BRASIL, 15 mar. 1920, p. 10).

Sobre “Mi-Carême” (meia quaresma), que ele fez referência na notícia acima, segundo Jota Efegê (1982, p. 238), foi o próprio cronista que trouxe o evento de Paris para o Brasil, apesar de lá não ser relacionado ao carnaval. No Rio de Janeiro, no sábado de aleluia, um dia antes da celebração da Páscoa cristã, os ranchos tomavam as ruas. Entretanto, para Vagalume, era um tempo muito distante, que demorava muito a chegar. Por isso, também em 1920, lançou a ideia de uma competição entre os ranchos no meio desse período, contado a partir do final do carnaval. A ideia acabou acontecendo e, naquele ano, no domingo 7 de março, eles coloraram seus préstitos para desfilar. A disputa aconteceu apenas naquele ano e nos próximos dois, não sendo mais realizada.

A facilidade com que Vagalume andava pelos pontos mais populares da cidade resultou, no início dos anos de 1930, numa série de reportagens sobre a vida nas favelas cariocas, origem de muitos sambistas. Seu olhar sobre os morros foi de valorização desse espaço e de denúncia das condições de vida da população que vivia por lá. As reportagens também serviram para

mostrar uma espécie de autenticidade, na visão do cronista, de quem era do samba carioca, posto que as gravações comerciais estavam em crescimento, gerando um desvirtuamento da tradição do partido-alto (CUNHA, 2016, p. 512).

Uma forma eficiente de evidenciar a relação de Vagalume com a imprensa momesca é observar como o *Jornal do Brasil* registrou o seu aniversário, ainda que dois dias depois da data. “E é justiça que registramos aqui esta data que é de ufanía para os que trabalham na crônica carnavalesca da cidade, crônica expurgada de elementos deletérios muito conhecidos do nataliciante” (JORNAL DO BRASIL, 01 fev. 1930, p. 16). Na verdade, há uma relação de troca mútua indispensável para ambos os lados. Ao mesmo tempo em que o periódico precisa do cronista, este também precisa da imprensa para alcançar o público e reforçar sua popularidade.

A relevância dos jornais diários, revestida sob a ação dos cronistas carnavalescos, para a divulgação da festa foi crescendo, paulatinamente, durante os anos de 1920. Esses profissionais apareciam enaltecendo a folia, divulgando os eventos, participando como jurados de concursos, sendo homenageados em celebrações. As palavras de Eneida de Moraes resumem como se dava essa relação:

Muito e muito deve o povo carioca à imprensa do passado. Os jornais de várias épocas não apenas se encarregavam – como os de hoje – de noticiar festas, batalhas, descrever o esplendor dos bailes ou a alegria das ruas. Fizeram mais: promoveram concursos, criaram inovações, estimularam grupos e cordões; iam, muito antes da chegada de Momo, correr sedes de clubes, entrevistar foliões, interessando o povo, despertando entusiasmos adormecidos, mortos ou amolecidos de carnavalescos, provocando e incentivando a alegria da população (MORAES, 1987, p. 158).

Foi em meio a esse cenário que eles fundaram a Turma dos Cronistas Carnavalescos, que, em 1925, virou o Centro dos Cronistas Carnavalescos (CCC). Segundo Eduardo Coutinho (2006, p. 170), “prestigiados pelos foliões, pelos leitores, pelos empresários do campo das diversões, pelos políticos e comerciantes, os cronistas dão-se conta do seu poder e resolvem organizar-se numa entidade representativa da categoria”. Entre os fundadores dessa instituição estão Peru dos Pés Frios e Vagalume. Mais para frente, em 1943, houve uma nova mudança de nome e passaram a responder por Associação dos Cronistas Carnavalescos, mas, nesse momento, a categoria já estava em decadência.

A criação do CCC decorreu da importância conquistada por esses profissionais dentro do carnaval carioca, tendo sua atuação exaltada na imprensa diária, mesmo antes da existência do centro. O *Correio da Manhã* (01 jan. 1922, p. 3), por exemplo, ressaltou a presença dos cronistas carnavalescos na batalha de confete realizada pelo jornal *Esporte*, no dia 31 de

dezembro de 1921. No *O Paiz* (24 jan. 1923, p. 6), vimos os cronistas carnavalescos K-Nôa, Vagalume, Picareta, Cutuba, Chantecler, D. Rão, Sá da Pérsia, João da Gente, Princez, Meúdo, Innocencio, Rajah e João de Tão compondo uma comissão de júri para premiar uma das grandes sociedades e um rancho.

Em outra matéria também do *Jornal do Brasil* (24 dez. 1923, p. 12), veiculada em dezembro de 1923, o assunto foi a audição que maestro Eduardo Souto marcou para apresentar aos cronistas carnavalescos suas composições para o próximo carnaval. O jornal afirmou: “Será essa reunião, antes de tudo, uma homenagem àqueles que concorrem com o seu esforço e o seu trabalho para o maior brilho da festa máxima do povo carioca”. E, depois, continuou contando que o maestro desejou saber “a opinião de quantos têm a responsabilidade das seções carnavalescas dos diários cariocas”. No dia seguinte da apresentação, o mesmo periódico destacou o sucesso do evento, dizendo que todas as músicas foram executadas “por entre aplausos vibrantes” para uma “assistência numerosa e seleta”, onde estavam os principais cronistas (JORNAL DO BRASIL, 27 dez, 1923, p. 21).

Tudo isso nos mostra como os profissionais desses meios de comunicação e os organizadores dos desfiles estabeleciam uma relação de proximidade e de dependência mútua. Quanto mais eventos ocorressem, mais informações esses cronistas tinham para suas matérias. E, por outro lado, a divulgação fortalecia os grupos carnavalescos, atraindo mais foliões e deixando a festa mais animada. Ambos os lados pareciam ter consciência dos termos dessa relação, tanto que os ranchos e as grandes sociedades sempre convidavam os cronistas para participarem dos desfiles e estes faziam questão de, sempre que possível, prestigiá-los.

Dias antes do lançamento do CCC, observamos no *O Paiz* (18 fev. 1925, p. 7) o anúncio de uma reunião na sede da Associação Brasileira de Imprensa para escolher, por eleição, a comissão que ficaria responsável pela elaboração dos estatutos e de uma diretoria provisória para iniciar a instalação do centro. No dia da inauguração, a *Gazeta de Notícias* dedicou um espaço na sua edição para uma matéria que ocupou quase duas das oito colunas de uma das páginas do jornal, justificando a necessidade de organização dessa entidade e relatou pontos da reunião que deu origem a ela.

Havia muito já, eles [os cronistas carnavalescos] se ressentiam da fala de um “Centro” em que fossem congregados os esforços de todos, com o escopo único de os fortalecer e unir mais e mais. Essa falta acaba de desaparecer com a criação feliz do “Centro dos Cronistas Carnavalescos”, que, desse modo, será de ora para o futuro o representante fiel do pensamento da classe numerosa dos encarregados das sessões recreativas e carnavalescas cariocas (GAZETA DE NOTÍCIAS, 21 fev. 1925, p. 4).

Ainda segundo a mesma matéria, a abertura da solenidade foi feita por Fofinho, do *Correio da Manhã*, sendo presidida por Vagalume. Porém, foi o primeiro quem fez o discurso no qual se explicou o principal objetivo daquela reunião, que era a escolha da comissão para elaborar o estatuto da instituição. Mas, chama atenção nas palavras do orador que, além de frisar a necessidade de uma maior união entre os cronistas, ele destacou uma outra missão dessa organização: o cuidado com os turistas durante o período do carnaval. Para ilustrar o que falava, Fofinho referiu-se a um grupo de turistas americanos que chegaria ao Rio de Janeiro para curtir os dias de folia.

A exemplo do que fazem os outros Centros desportivos, literários, etc., quando a nossa cidade é visitada por pessoas que lhes dizem respeito, também nós poderíamos, se já houvéssimos a nossa Associação, senão oferecer a necessária hospedagem, com certeza de um luxo superior aos nossos possíveis recursos, ao menos tomar uma parte muito saliente durante a sua estadia no nosso país, de cujo carnaval levariam uma impressão muito mais positiva (GAZETA DE NOTÍCIAS, 21 fev. 1925, p. 4).

A reflexão relativa à preocupação de Fofinho nos permite concluir que os próprios cronistas tinham consciência da importância do seu papel dentro da folia carnavalesca. Quando eles se viram como fundamentais na construção da imagem que os turistas levariam da festa, e que, conseqüentemente, despertaria em a outros estrangeiros o interesse em visitar o Rio de Janeiro durante esse período, temos a confirmação que essa categoria social percebia que sua atuação extrapolava os limites da imprensa, influenciando no seu próprio formato. Apesar do discurso ser proferido apenas por um profissional, deduzimos que a maior parte deles corroborava com o mesmo pensamento, uma vez que estavam presentes ali boa parte dos cronistas carnavalescos.

O estreitamento desses laços pode ser observado em publicação como essa do *Diário Carioca*. Na coluna “Carnaval na rua!”, em uma edição de dezembro de 1928, tivemos o anúncio da realização da festa dos Cronistas Carnavalescos, a partir das 19h do dia 25, realizada nos salões do Centro Galego, “gentilmente cedidos pela sua incansável diretoria” (DIÁRIO CARIOCA, 19 dez. 1928, p. 8). Já no dia 27, os responsáveis pela coluna – também repórteres da área – eram só elogios para o evento que ocorreu com grande sucesso (DIÁRIO CARIOCA, 27 dez. 1928, p. 8). Cada ano, esse evento ocorria em um local diferente e sempre era, amplamente, divulgado, antes e depois de ocorrer. Além disso, tínhamos uma série de eventos em homenagem aos cronistas, que ganhavam amplo destaque nos jornais.

A relação do CCC com o turismo vai ser realmente intensificada na década de 1930, principalmente depois que o carnaval passou a ser oficialmente promovido pelo Estado e transformado em um produto turístico. Não obstante, isso só foi possível porque, mesmo antes

dessa oficialização, a folia carioca começara a atrair pessoas de diferentes partes do mundo, como já vimos nesse trabalho. A constante divulgação na imprensa, que foi também promovendo ações carnavalescas, contribuiu para que o evento crescesse, se desenvolvesse e atingisse uma importância cultural e econômica, que não poderia ser negligenciada pelas nossas autoridades políticas.

Era de praxe que os cronistas carnavalescos adotassem pseudônimos pelos quais fossem reconhecidos. Na verdade, a maior parte dos apelidos surgia durante os eventos carnavalescos e, então, eram incorporados pelos jornalistas, sugerindo uma certa primazia do caráter folião sobre o profissional (COUTINHO, 2006, p. 128). O próprio Mauro de Almeida, na já mencionada entrevista concedida para o jornal *A Noite*, em 1956, revelou como surgiu seu apelido – criado por ele mesmo –, mas divulgado pelos jornais humorísticos *Coió* e *Rio Nu*.

Sempre em busca de novos amores, descobriu uma morena “três quartos”, de nome Rosinha, e passou a frequentar-lhe a residência. Certa feita, lá estava em companhia de um amigo de nome Antonio, quando, para melhor fazer-se entender pela beldade, enriqueceu um galanteio, dizendo que estava com as mãos e os pés frios, Antonio, que também fazia a corte na ocasião a uma outra dona, não perdeu a vasa e gritou:
- Olhem este peru dos pés frios, aí do lado, gente! – Peru – esclarece Mauro – era o apelido que se dava, antigamente, aos que ficavam de olho comprido em cima de uma pequena ou espiando o jogo dos outros (A NOITE, 22 mar. 1956, p. 11).

O pseudônimo de Vagalume não teve relação com o carnaval. Em 1901, ele escrevia a coluna “Reportagem da Madrugada”, na qual falava sobre os acontecimentos da noite do Rio de Janeiro. Em estilo de relato, ele não assinava os textos, porém, na segunda reportagem inseriu a seguinte frase: “os notívagos são apelidados vagalumes” e, depois, “sejamos vagalumes também” (PEREIRA, COSTA, 2018, p. 20). Foi assim que se tornou conhecido. Já o apelido Príncipe Fofinho dado a Inocência Pilar Drumond, segundo Hiram Araújo (2000, p. 224), surgiu “pois ostentava uma vasta cabeleira toda branca, bem cuidada, que lhe dava uma imponência principesca. Ele mais parecia um nobre usando uma peruca”.

O papel da imprensa foi tão significativo para o desenvolvimento do carnaval que, em 1932, quando tivemos aquele que é considerado o primeiro desfile das escolas de samba, ele foi organizado pelo jornal *Mundo Esportivo*, a partir da ideia do seu diretor e proprietário Mário Filho. Sérgio Cabral (2016, p. 69) revelou a história de como isso aconteceu. O repórter Carlos Pimentel estava por dentro da criação das escolas de samba, ainda desconhecidas do público em geral. Ele sugeriu que o periódico fizesse entrevistas com os envolvidos no seu desenvolvimento. Foi assim que, segundo o pesquisador, Mário Filho teve a ideia de criar uma

disputa entre elas, com regulamento e júri. Carlos Pimentel³⁹, sob o pseudônimo de Paraíso, com suas entrevistas aproximou a imprensa das escolas de samba e, em parceria com outros cronistas carnavalescos, com destaque para Enfiado⁴⁰, foram os responsáveis por tornarem conhecidos os sambistas do morro.

Esse Pimentel vivia no Estácio. Era daquele tipo de repórter que não redigia, mas trazia histórias do samba: Joel Silva... os grandes do Estácio, que ainda não eram grandes na época. Na Mangueira já tinha o Cartola e o Gradim⁴¹, no Estácio já tinha Ismael Silva⁴², enfim, nomes de sambistas que faziam o carnaval na Praça XI. O Maciste⁴³, o Cartola e o Gradim ainda não tinham gravado. Enfim, grandes sambistas que faziam o carnaval na Praça XI, mas eram praticamente inéditos: o resto do Rio de Janeiro desconhecia a existência deles. Quem os conhecia realmente era o Pimentel que ia ao Estácio, ao Rio Comprido, para saber o que havia de samba nas escolas (NASSÁRA *apud* LUSTOSA, p. 110, 1999).

É nesse momento, quando são iniciados os desfiles das escolas de samba, que compreendemos que a importância turística do carnaval estava consolidada, posto que a sua organização passou a ser responsabilidade do governo federal, objetivando o aumento da arrecadação com a festa. A imprensa continuou atuando na divulgação do carnaval e os cronistas carnavalescos assumiram mais funções a partir desse momento. Mas isso tudo só foi possível porque, na década de 1920, os laços entre turismo, carnaval e imprensa foram sendo estreitados e os repórteres-foliões passaram a ser personagens importantes para o funcionamento dessa engrenagem. Ainda que tenham gerado nos jornais expectativas maiores do que a realidade, principalmente no que diz respeito à quantidade de turistas internacionais presentes no carnaval carioca, seu papel foi fundamental no processo de turistificação da festa.

³⁹ Carlos Pimentel foi cronista carnavalesco no jornal *Mundo Esportivo*.

⁴⁰ Enfiado era o pseudônimo de Luís Nunes da Silva. Eke foi cronista carnavalesco no jornal *A Rua*, além de ter sido nomeado presidente da União das Escolas de Samba, em 1937.

⁴¹ Cartola é o nome como ficou conhecido o cantor e compositor Agenor de Oliveira, nascido em 1908, no Rio de Janeiro. Foi um dos fundadores da escola de samba Estação Primeira de Mangueira. São poucas as informações disponíveis sobre o compositor e sambista Lauro dos Santos, conhecido como Gradim. Sabe-se que ele e Cartola fizeram algumas parcerias musicais.

⁴² Ismael Silva, nasceu em Niterói, em 1905, e foi cantor, compositor e violonista. Foi um dos responsáveis por transformar o rancho carnavalesco Deixa Falar na primeira escola de samba do Rio de Janeiro.

⁴³ Maciste era como ficou conhecido o sambista e compositor carioca João Paulo Batista de Carvalho.

4 *Gazeta de Notícias* e o Rio de Janeiro: análises sobre carnaval e turismo

Na década de 1920, a *Gazeta de Notícias* já circulava no Rio de Janeiro há, pelo menos, quarenta anos. O seu primeiro número foi lançado no dia 2 de agosto de 1875, ainda no período imperial e o periódico acompanhava as transformações políticas, sociais e econômicas da então capital federal ao longo de todo esse tempo. Como mencionamos anteriormente nesse trabalho, sua estreia foi inovadora para a época porque inaugurou um novo tipo de jornal, mais barato e popular. Em seu primeiro número, em um prospecto que o acompanhava, o objetivo estava claro: “Além de um folhetim-romance, a *Gazeta de Notícias* todos os dias dará um folhetim de atualidade. Artes, literatura, teatros, modas, acontecimentos notáveis, de tudo a *Gazeta de Notícias* se propõe trazer ao corrente os seus leitores” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 02 ago. 1875, p.1).

Como o próprio diário anunciou, um traço importante – e que será um dos seus diferenciais por toda sua história – foi a ligação com a literatura. Ela ganhou atenção no jornal fundado por Ferreira de Araújo⁴⁴, que esteve no comando até sua morte, em 1900, passando a direção para Henrique Chaves⁴⁵. No final do século XIX, este era o periódico que cedia mais espaço para textos literários, além de pagar melhor seus colaboradores (BROCA, 1975, p. 218). Com a virada de século e o início da segunda fase de modernização da imprensa, o papel dos escritores nos jornais foi se modificando. Eles conseguiam empregos nas redações, entretanto trabalhando também na função de repórteres, apurando fatos e publicando notícias.

A *Gazeta* continuou a destacar a literatura, característica do periódico desde o seu lançamento. Olavo Bilac, Pedro Rabelo, Guimarães Passos, João do Rio são nomes que eram vistos recorrentemente no periódico nos primeiros anos do século XX. Para Luís Edmundo, este era o brilho da *Gazeta*: a produção dos seus redatores literários.

Olavo Bilac é quem traça a crônica dos domingos, onde lampeja a mais leve e dourada fantasia, Pedro Rabelo, o que dirige em 1901 a “Casa de Doidos”, seção humorística. Guimarães Passos escreve *sueños*, Coelho Neto, folhetins sensacionais, Emílio de Menezes borda, sobre a perna, álacres perversidades, em prosa e versa. É toda a estouvada roda da *Colombo*, como se vê, em torneios de espírito, a fabricar as lantejoulas do jornal (grifos do autor) (EDMUNDO, 1957a, p. 922).

⁴⁴ Ferreira de Araújo era um empreendedor para o período. Ao lado de Ferreira de Araújo, Emanuel Carneiro e Elísio Mendes fundou a *Gazeta de Notícias*, onde ele também era responsável por colunas como “Cousas Políticas” e era um dos nomes que assinava a coluna “Balas de Estalo”, publicada diariamente entre 1883 e 1886, com o pseudônimo Lulu Sênior. Esta coluna acompanhou as discussões políticas do período, relatando em crônicas marcadas pelo humor e pela irreverência.

⁴⁵ Henrique Chaves era redator da *Gazeta de Notícias* desde a sua fundação. Na coluna “Balas de Estalo”, assinava seus textos com os pseudônimos Zig-Zag e João Tesourinha.

Enquanto a *Gazeta* continuava a cultivar os laços com a literatura, os demais jornais foram, gradualmente, deixando de publicar produções literárias após a virada do século XX, o que não significa que esses profissionais perderam seus empregos. “Facultando trabalho aos intelectuais, aos escritores, os jornais lhes pediam menos colaboração literária – crônicas, contos ou versos – do que reportagem, noticiário, tarimba de redação” (BROCA, 1975, p. 218). A preocupação maior era com o aumento do aspecto informativo do que com veiculação da opinião dos seus repórteres, o que caracterizava uma modernização na própria maneira de se produzir notícias, cabendo à crônica o lugar dedicado às visões pessoais. O estabelecimento dessa divisão entre o que é informativo e o que é opinativo reforça a ideia de uma nova etapa na imprensa.

Em princípios do século XX, as crônicas eram marcadas pelo forte personalismo. O resultado do trabalho dos escritores desse estilo decorria da sua própria atuação dentro daquela sociedade, mas sua função ia além. Eles intervinham no meio em que viviam e estabeleciam uma relação dialógica com seu público. Ao mesmo tempo em que o autor influenciava a comunidade em que estava inserido com suas opiniões, as expectativas e interesses dos seus leitores também o influenciavam na escolha dos temas que seriam tratados (CHALOUB, NEVES, PEREIRA, 2005).

Acompanhando as mudanças na forma de se fazer jornalismo, os equipamentos também foram se modificando, contribuindo para esse estilo mais empresarial. As impressoras rotativas “Marinoni”⁴⁶ importadas da França e a introdução da linotipo na tipografia foram fundamentais nesse momento. A *Gazeta* se modificou sem perder o que fez dela um jornal singular que, apesar do preço acessível, mantinha um ar elitista. É interessante notar, justamente, essa dualidade presente na concepção da folha. Ela voltava-se para a alta sociedade, defendendo hábitos que considerava “civilizados” e contava com a colaboração de literatos de renome. Entretanto, simultaneamente, seu valor de venda era mais baixo, tendo um alcance a um público menos homogêneo socialmente.

O periódico, que desde 18 de dezembro de 1883 trazia em sua capa “Estereotipada e impressa nas máquinas rotativas de Marinoni, na tipografia da *Gazeta de Notícias*, de propriedade de Araújo e Mendes, na rua Sete de Setembro, n.72” (GAZETA DE NOTÍCIAS,

⁴⁶ “As novas rotativas Marinoni eram dotadas de aparelhos em rotogravura – um processo de impressão direta, em uma máquina cilíndrica e rotativa, descoberto e aperfeiçoado no século XIX. Utiliza-se como matriz uma chapa, que pode ser em folha ou rolo, de acordo com o equipamento de impressão. Por processos de gravação, a imagem que será impressa é fixada na chapa e transferida para o papel por impressão direta. A qualidade da impressão era excelente e a imagem tinha uma nitidez e uma clareza superiores às aquelas produzidas por processos, comumente, utilizados pelo jornalismo diário da época”. (MADIO, 2007).

18 dez. 1883, p.1), a partir de 1904, modernizou-se esteticamente na esteira dos novos tempos. As manchetes passaram a ser escritas em caixa alta, houve um aumento na publicação de fotos e ilustrações, o número de páginas foi ampliado e a diagramação passou a ter uma melhor organização (ASPERTI, 2007, p. 75). Como parte desse processo, o uso da propaganda se intensificou nas folhas diárias, inclusive na *Gazeta de Notícias*, tema que abordaremos mais adiante neste capítulo.

Enquanto acontecia essa reformulação do jornalismo, podemos notar uma maior diversificação dos estilos de informações inseridas nos jornais: notícias policiais, entrevistas, reportagens, notas sociais. Neste último formato, a *Gazeta* veiculou a “Binóculo”, coluna inaugurada em 1907, que fez do diário o mais moderno daquele período (GOÉS, 2015, p.25). Até 1914, ela levou a assinatura de Figueiredo Pimentel⁴⁷ e, depois disso, permaneceu sendo publicada ao longo do tempo de existência do jornal, mas sem conservar a mesma expressividade que no período do seu titular inicial. Nesses anos, ela trouxe notas sobre eventos da alta sociedade carioca, dicas de moda, “era o termômetro comportamental da elite social que buscava estar *up-to-date* com as novidades de Paris e Londres” (GÓES, 2015, p.24). O seu colunista seguia a mesma linha do jornal, defendendo o processo de transformação em curso no Rio de Janeiro no início do século XX e ajudou a fazer dele um símbolo dessa modernidade. É dele, inclusive, a expressão “O Rio civiliza-se”.

Durante o carnaval, fica bastante evidente o posicionamento de Figueiredo Pimentel. Ele reproduzia a expectativa daquela que considerou ser “a festa mais popular, se não a única festa popular do Rio de Janeiro” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 09 fev. 1909, p. 3). A coluna destacava os eventos voltados e frequentados pela alta sociedade carioca nos dias de folia, divulgando as batalhas de confete, os bailes e as passeatas dos clubes na Avenida Central. Para termos uma dimensão maior da repercussão da “Binóculo”, vale ressaltar que as pessoas iam até a redação fantasiadas com intenção de virarem assunto na coluna. Um desses casos foi retratado por Pimentel no carnaval de 1909:

Ontem, por volta das 11 horas da noite, tivemos a visita de um interessante Dominó Branco. Saltou de uma vistoria na esquina da Avenida, e veio, correndo quase, até esta redação. Subiu apressadamente as escadas, entrou na sala, e dirigiu-se à mesa do repórter que mais escreve esta seção. Trajava riquíssimo dominó de cetim branco – toda de branco, imaculadamente branca. Negros apenas os cabelos, que mal apareciam sob o capuz; e negro os lindos e grandes olhos que se divisavam, brilhando estranhamente através da máscara (GAZETA DE NOTÍCIAS, 21 fev. 1909, p. 7).

⁴⁷ Alberto Figueiredo Pimentel nasceu em Macaé (RJ), em 1869 e morreu 1914, no Rio de Janeiro. Além de ter sido um nome importante do colunismo social e da defesa da modernização da cidade-capital, Pimentel se destacou como autor de livros infantis.

As três notas seguintes continuaram falando sobre o misterioso dominó, alguém que conhecia a alta sociedade, falava muito bem o português, com uma “leve acentuação estrangeira”. No último texto sobre o assunto, perguntava-se quem era o dominó, explicando que ele prometeu voltar à redação nos três dias de folia. A pessoa que se fantasiava de dominó tinha, exatamente, esse objetivo, não ser reconhecida por ninguém e assim poder fazer brincadeiras, contar fofocas de pessoas públicas para os jornalistas.

Já no carnaval de 1914, a “Binóculo” trouxe uma reflexão sobre os hábitos dos cariocas. A questão que se colocou era se eles tinham ou não “evoluído” em direção da “civilização”. A leitura das sucessivas notas que tratavam sobre o assunto na coluna mostra que, para o repórter, havia tido uma mudança significativa nos costumes da população, que já sabia, por exemplo, qual era traje correto para usar em eventos antes das seis da tarde – o que demonstra que “o Rio caminha, folgadoamente, para um real e belo apuro de civilização” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 01 mar. 1914, p. 8). Ainda como prova do seu ponto de vista, Figueiredo Pimentel escreveu que, durante o carnaval, os “célebres e famigerados cordões diminuíram prodigiosamente. E muitas outras transformações agradabilíssimas se realizaram”. Contudo, para o colunista muita coisa ainda precisava mudar para que, de fato, o festejo se tornasse civilizado.

Como parte do seu comprometimento com a “sociedade elegante do Rio”⁴⁸ mesmo depois da saída de Pimentel da titularidade, a coluna “Binóculo” trazia dicas de moda para mulheres inspiradas em modelos que circulavam na Europa. Elas vinham sobre o título de “Notas femininas”, sempre com um desenho e uma explicação, como podemos ver abaixo:

A capa volta a ser a predileção, no que respeita a abrigos. Há inúmeros cortes, em nenhum faltando a linha de elegância. Essa, em belo “crepe barre” preto, é “doublée” de cetim da mesma cor. Acompanham-na blusa de crepe Birman branco e saia, em voile de seda metálico preto, plissada (GAZETA DE NOTÍCIAS, 18 jun. 1926, p. 5).

⁴⁸ Na coluna “Binóculo”, da *Gazeta de Notícias*, recorrentemente, as camadas mais altas da cidade eram chamadas dessa forma. Podemos ver isso, por exemplo, nas edições de 27 de jun. 1922 (p.4), de 01 out. 1924 (p. 4), 04 fev. 1926 (p. 5).

Figura 3 – Sugestão de modelo de vestido para mulheres na coluna “Binóculo”



Fonte: Gazeta de Notícias, 18 de junho de 1926, p. 5.

Entre essas publicações, encontramos uma dica de fantasias para serem utilizadas pelas mulheres nos dias de Momo. Com o subtítulo “Paris, janeiro de lazer” e assinada por Clémence⁴⁹, podemos ler:

Uma outra fantasia, muito original é a de “Folhas”. Obtém-se esta fantasia em cetim verde e lamê prateado, sendo o cetim recortado em forma de folhas e bordado a ponto de [ilegível], desenhado em forma de folhas. Um gorro verde com uma espécie de caule solto, completa o toucado desta originalíssima fantasia (GAZETA DE NOTÍCIAS, 15 fev. 1928, p. 5).

Figura 4 – Fantasia para o carnaval sugerida pela coluna “Binóculo”



Fonte: Gazeta de Notícias, 15 de fevereiro de 1928, p. 5.

⁴⁹ Não conseguimos obter mais informações sobre quem seria Clemence, nem no próprio jornal nem na bibliografia consultada para este trabalho. Notamos, contudo, que esse nome aparecia, constantemente, como assinatura das “Notas Femininas”, em sua maioria, com inspirações em modelos parisienses. Porém, outros nomes também apareciam na assinatura da coluna.

Utilizamos, aqui, a coluna “Binóculo” para ilustrar a ligação da *Gazeta de Notícias* com o carnaval carioca já na década de 1910. Porém, esse laço é bem mais antigo. Desde a fundação do jornal, o assunto era tema abordado no diário, nem que fosse para enfatizar a proibição da prática do entrudo. Com o passar do tempo, essa relação foi se intensificando de tal forma que o periódico foi considerado por Eneida de Moraes (1987, p.159) e Eduardo Coutinho (2006, p.39), pesquisadores da área, como a mais carnavalesca das folhas.

No decorrer das próximas páginas, objetivamos demonstrar a proximidade da *Gazeta de Notícias* com a folia do Rio de Janeiro em homenagem a Momo para, assim, estabelecer a sua conexão com o assunto, para o qual o periódico dedicava espaços consideráveis, fosse em matérias, colunas ou propagandas. Embora encontremos, no diário, informações sobre as diferentes expressões carnavalescas, independente do grupo social participante, é evidente a abordagem privilegiada que se fazia às celebrações das elites. Eram essas práticas que o jornal entendia como modelos ideais da festa, que poderiam atrair turistas para o Rio de Janeiro, como iremos observar ao longo desse capítulo.

4.1 O Carnaval na *Gazeta* - os espaços dedicados à festa

Na década de 1920, o carnaval era um evento consolidado no Rio de Janeiro e sua fama já atraía alguns visitantes interessados em conhecer a cidade nos dias da sua principal festa. A transformação estética visando à criação de uma aparência moderna, havia avançado significativamente e os hábitos e costumes europeus tinham se difundido em meio à alta sociedade carioca. Nesse cenário, o festejo adequava-se a essa lógica em construção, ainda que convivesse com outras práticas. Mesmo que muitas críticas recaíssem sobre o processo, a *Gazeta de Notícias* encontrava-se no grupo dos apoiadores do projeto de civilização em andamento e cumpria seu papel nessa defesa, incentivando a modernização, inclusive, para a folia momesca, por mais que, algumas vezes, apontasse as suas falhas.

Nosso levantamento desse periódico possibilitou-nos perceber que o tema do carnaval era recorrente durante o ano todo, principalmente, em decorrência dos eventos promovidos pelas sociedades, blocos e ranchos mesmo fora do período carnavalesco. As publicações feitas em meses distantes dos dias de Momo não faziam, necessariamente, referência aos festejos, porém ajudavam a consolidar a presença desses grupos no cenário cultural carioca. É como se a inserção na imprensa fosse uma espécie de comprovação da importância dessas agremiações

no próprio cotidiano da cidade, mostrando que parte delas se mantinha em atividade durante todo o ano, além de criarem opções de divertimento noturno.

Nesse sentido, podemos destacar, em maio de 1924, a veiculação do baile em comemoração ao décimo aniversário de fundação da sociedade carnavalesca Endiabrados de Ramos, que “é querida em todas as rodas carnavalescas e em todos os meios recreativos” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 31 maio 1924, p. 9). Em outra nota, mas agora de julho de 1925, temos a exaltação de um baile realizado, há poucos dias, no Castelo, sede dos Democráticos, em homenagem à empresa do falecido Paschoal Segreto (GAZETA DE NOTÍCIAS, 18 jul. 1925, p. 8). A animação do evento promovido pelos Fenianos, em outubro de 1930, também foi destacada pelo jornal (GAZETA DE NOTÍCIAS, 01 out. 1930, p. 4). As notas a que nos referimos aqui foram utilizadas para exemplificar como a *Gazeta* abria espaço em suas páginas, o ano inteiro, para publicações de clubes, sociedades, ranchos e seus eventos.

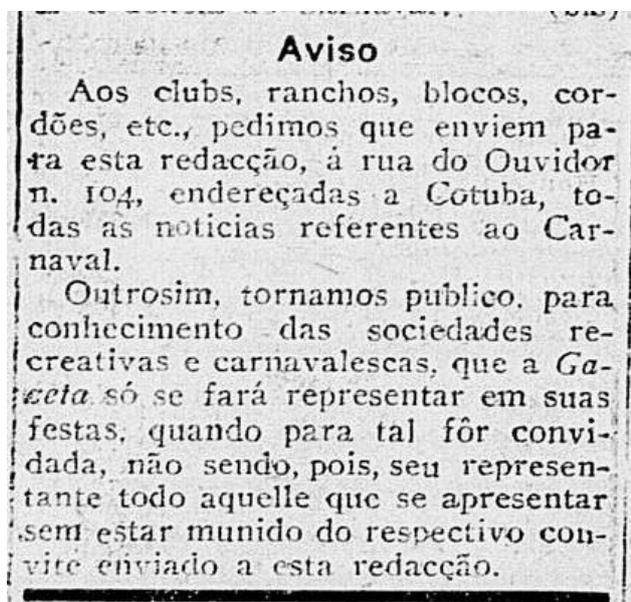
Nos meses de novembro e dezembro, as publicações começavam a aparecer com mais frequência, mas em janeiro, fevereiro e março era, raríssimo, encontrar uma edição que não trouxesse, ao menos, uma notícia sobre o assunto. Nem sempre, as informações carnavalescas estavam inseridas dentro de uma coluna específica da *Gazeta de Notícias*. Boa parte delas vinha apenas com o título de “Carnaval” e, na sequência, apresentava-se o texto.

Muitas das referências à festa, no entanto, entre 1920 e 1925, vinham na coluna “O carnaval que chega...”. Esse material, crucial para nossa investigação, ocupava-se, primordialmente, em divulgar a programação das agremiações carnavalescas e não levava a assinatura de ninguém específico. Acreditamos, entretanto, que eram de responsabilidade dos cronistas carnavalescos vinculados ao jornal. Normalmente, sua inserção era nas páginas do meio da edição, sem ter tamanho estabelecido nem um lugar fixo na diagramação. Não possuía periodicidade regular e nem uma identidade visual uniforme, já que nem a mesma letra era utilizada no título da coluna, como podemos ver nas imagens a seguir.

Inserimos as imagens de quatro capas para evidenciarmos a falta de homogeneização na aparência da coluna. No mesmo ano, em 1923, o título foi formatado de três formas diferentes e, dois anos depois, uma nova identidade visual pôde ser observada. Além disso, notamos que, em alguns dias, havia a inserção de textos da abertura na coluna, logo antes da programação de evento. Aqui, também, não temos uma padronização. Alguns não eram assinados, enquanto, em outros, podemos ler os pseudônimos de Barulho e Cotuba, apenas Cotuba, Palamenta, Violão, entre outros⁵⁰. Esse rodízio entre cronistas carnavalescos nos revela que não havia uma titularidade fixa no seu comando⁵¹.

Em várias edições dessa coluna, observamos, ao final, um texto que ressaltava a necessidade dos “clubs, ranchos, blocos, cordões, etc..” enviarem para a redação suas notas sobre as festas e bailes promovidos por eles para publicação e que representantes do jornal só estariam presentes nos eventos se fossem devidamente convidados, sendo toda correspondência analisada por Cotuba (GAZETA DE NOTÍCIAS, 31 jan. 1923, p. 6), como podemos conferir na imagem abaixo.

Figura 9 – Aviso publicado ao final da coluna “O carnaval que chega...”



Fonte: Gazeta de Notícias, 31 de janeiro de 1923, p. 6.

⁵⁰ Barulho era o pseudônimo utilizado por Augusto de Moraes Castringuy. Já Edgard Pilar Drummond era conhecido como Palamenta.

⁵¹ Até 1925, Cotuba foi o pseudônimo que mais apareceu assinando a coluna “O Carnaval que chega...”. Não encontramos na nossa bibliografia de referência informações sobre a pessoa que utilizava essa pseudônimo. Através da *Gazeta de Notícias* (13 dez. 1922, p. 6), numa nota sobre um evento, descobrimos que seu nome era Domingos Thomé.

A inserção desse aviso nos leva a inferir que o jornal devia receber uma quantidade considerável de material para divulgação. A observação da coluna mostra a diversidade de agremiações que conseguiam veicular seus eventos. A título de exemplo, escolhemos a edição de 9 de dezembro de 1922. Primeiro, temos o texto de abertura, em que se exaltava a proximidade do carnaval: “Aproxima-se a passos largos a comemoração delirante da única data verdadeiramente nacional... da massa anônima e formidável do nosso povo. É o carnaval!”. Depois, a coluna apresentou um comentário sobre a expectativa do carnaval de 1923. Sequencialmente, vem exposta a programação para os próximos dias de duas das grandes sociedades – Fenianos e Democráticos –, do rancho Ameno Resedá, do Bloco das Turmalinas, do rancho Mimosas Cravinas, do clube Eles Te Dão e do bloco Você Me Acaba – esses dois últimos da “zona suburbana” –, entre outras (GAZETA DE NOTÍCIAS, 09 dez. 1922, p. 6).

Um texto, veiculado em dezembro de 1923 na própria coluna, descreve um pouco sobre a proposta dessa publicação:

Aqui daremos toda as notas sobre os grandes clubs, ranchos, blocos e pequenas sociedades, sem distinção, dispensando a todos a mais viva simpatia.

Para mostrarmos a nossa imparcialidade não tomando partidos, escreveremos sobre os lendários carnavalescos Pierrot, Colombina e Arlequim não querendo saber quem tem razão nesse velho romance de amor, que, embora discutido todos os anos, tem sempre o mesmo encanto esquisito da novidade.

Nos três dias de Momo, de mãos dadas com essas figuras que tanto nos entusiasmam, cairemos na pândega.

[...]

Venham, pois, a nós, não as criancinhas, mas... os marmanjos carnavalescos. (GAZETA DE NOTÍCIAS, 22 dez. 1923, p. 10).

A partir de 1928, percebemos o aparecimento de uma coluna chamada “O Momo vem aí!...” na *Gazeta de Notícias*. Sua intenção também era trazer informações sobre os eventos carnavalescos que aconteciam antes dos dias de folia oficiais e sua veiculação no jornal se tornava mais constante conforme a data se aproximava. Ela seguia o mesmo padrão da “O carnaval que chega...”. Não tinha regularidade nem tamanho fixo, podendo trazer apenas uma notícia, ou ocupar duas ou três colunas do jornal. Notamos, ainda, a mesma ausência de preocupação com a identidade visual, uma vez que até os títulos vinham em padrões diferentes, como podemos ver nas imagens abaixo.

Figura 10 – Coluna “Momo vem aí!...” – 10 jan. 1929

Momo vem aí!...

Os festejos de sabbado — Batalhas de confetti
Diversas notas

CONGRESSO DOS FENIANOS
E' no proximo sabbado que o «Grupo da Fuzarca», filiado ao quinto grande club, realisa um ultra-magestoso baile a fantasia para a sua inauguração.

Os espaçosos salões da «Senado» da rua da Constituição, receberam caprichosa ornamentação para essa festa que, certamente, obterá um lindo triumpho. Para endossar essa afirmativa, basta dizer que a frente do grupo promotor da festa, acha-se a figura altamente sympathica de Chaby.

Duas excellentes bandas militares impulsionarão as dansas, não dando folga aos dançarinos.

CLUB DOS FENIANOS
Commemorando o seu 19º anniversario, o «Grupo das Sabinas», filiado ao victorioso Club dos Fenianos, fará realisar no proximo sabbado, dia 12, um pyramidal baile a fantasia.

Os «angorás» agitam-se para essa festa, que promete revestir-se de grande brilho e animação.

O «Poleiro» estará nesse dia fêericamente illuminado e ornamentado, com o bom gosto de sempre. Applaudidas bandas de musicas animarão as dansas que se prolongarão até ás primeiras horas de domingo.

Indagando do heroico secretario «Novidades», que tal seria a festa, elle num sorriso aberto respondeu: — Não vai ser sópa, não! — E acreditamos.

CORDÃO DA BOLA PRETA
... ..

ves, João Baptista de Oliveira e Accacio Barreto.
Barracão — Emilio Adriano Villon — scenographo, Julio Cesar — ajudante, Martinho Coelho de Souza — fiscal, João Caetano de Azevedo — electricista, auxiliares: Manoel Julio de Oliveira, Theodorico Costa, Arnaldo Braga Pereira, José Joaquim da Silva, Frederico Coelho Moreira, Umbellino Ferreira de Souza, Lydio Lopes, Euclydes Coutinho, Ivan de Souza Villon, Evodio Acylyno de Oliveira, Julio C. de Azevedo e Tharcilio C. de Azevedo.

Supplementar — Julio Plovezan, Manoel Pereira de Rezende e Manoel Rezende.

“BLOCO BOA BOCA”
Este antigo e sympathico bloco do aristocratico bairro da Gavea, do qual fazem parte os queridos foliões Avelino de Almeida, (lord Casquinha), Sebastião de Oliveira, (lord Eu vou logo), Godofredo de Andrade, (lord Caramurú), Carlos de Almenda Monteiro, (lord Distrito), Antenor da Silva, (lord Carangueijo), e Waldemiro Paula, (lord Mais uma victoria), promete revolucionar o mundo carnavalesco nas proximas pugnas de Momo.

O tecnico Avelino de Almeida (lord Casquinha), afirma que o bloco este anno não terá rival que o sobrepuje.

PARAISO DOS MORCEGOS
Em assembléa geral realisada domingo ultimo, o novel bloco Paraíso dos Morcegos, resolveu iniciar os seus ensaios, á rua Ginesa

Fonte: Gazeta de Notícias, 10 de janeiro de 1929, p. 9.

Figura 11 – Coluna “Momo vem aí!...” – 16 fev. 1930

MOMO VEM AHI!...

AS “COMIDAS” DE HOJE — O NOSSO CONCURSO MUSICAL — BANHOS DE MAR A FANTASIA — BATALHAS DE CONFETTI — OUTRAS NOTAS

No artigo...

Entre os casos interessantes e da época, podemos hoje avaliar com certa tristeza o criterio de muita gente que se investe de autoridade, sem autoridade para tal.

O caso passou-se ante-hontem, 3 hoje, na rua 24 de Maio, ou por outra, no largo de S. Francisco.

Vulgo o omnibus da Light 306, repleto de passageiros. No largo referido, uma senhora idosa, ou porque estivesse habituada a comprar a turcos a prestação, ou por rangimismo, abriu por força pagar 400 réis, pela corrida, quando a praxe era de 600 réis.

Depois de alguma discussão, por fim a senhora deu uma nota para trocar.

Os passageiros estavam impacientes e protestaram e o chauffeur cedeu e convencendo a senhora que não podia fazer o abatimento...

Nisto vem um inspector de vendas, e sem saber o que havia, disse: — Não discuta!!!...
Tudo tinham razão, menos a autoridade.

E' lastimavel.

PELOS CLUBS
BOLA PRETA
Hoje o club da Bola Preta oferece um angu' á bahiana, aos seus associados.

A's 5 horas e 30 minutos, ao som dos clarins, terá inicio a comida, que promete ser da boa.

FENIANOS
Uma patriótica e phenomenal Mojada será servida, hoje, nos Fenianos, em 4ª Edição do «Grupo das Sabinas».

Vai ser um Deus nos acuda.

TENENTES DO DIABO
Em homenagem aos chronicistas aravaleenses, o Club dos Tenentes do Diabo fará servir um angu' á bahiana aos seus associados e con-

Qual o melhor conjunto Musical do Rio de Janeiro?

O CONCURSO DA “GAZETA DE NOTÍCIAS”

Taça Dr. Jurandyr de Castro Pires Ferreira
A apuração de hoje

Foi o seguinte o resultado apurado hoje, para o concurso musical, na disputa da taça Dr. Jurandyr de Castro Pires Ferreira:

Tankes Jazz-band orchestra, dirigida pelo maestro Octavio Gabriel no Orpíleo Pouszart	83 votos
Primor Jazz-band, dirigida pelo maestro Manoel de Freitas, na Bola Preta	74 »
Jazz-band Fenianos, dirigida pelo maestro Carlos Augusto, do Club Fenianos	35 x
Jazz União, dirigida pelo maestro Reynaldo, do Club Recreativo dos Gravatas	20 x
Sul America Jazz, dirigida pelo maestro Thomé Borges, da Sociedade Sul America F. C.	19 »
Banda de musica dirigida pelo tenente Rezende, do Club Tenentes do Diabo	15 x
Banda de musica dirigida pelo maestro Alvaro Martins, da Sociedade Alliança Musical	10 x
Turmas de Botafogo, dirigida por Santos e Pacheco, Jazz-band	4 »
Jazz Fretas, do maestro Freitas, do Ameno Reseda	2 »

TOCARA' A BORDO DO “MOCANGUE” A BANDA DO BATALHÃO NAVAL
Os dois bailes a veneziana que se vão realisar nas noites de 1 e 2 de março, no vapor “Mocangue”, do Lloyd Brasileiro e que são a seductora novidade do Carnaval deste anno, contam, para o seu maior brilho, com o concurso da banda do Batalhão Naval, cujo repertorio de sambas e maxixes é verdadeiramente

Já encado su vivo,
Sempre a soffrer...
Embôra bastante pobre
Hei de brincar até morrer!
Os tempos se passam
Oh! meu Deus, assim ligeiro...
Eu sempre nesta vida
Um verdadeiro captivo.

Banhos de mar a fantasia
... ..
EM NITHEROY

Fonte: Gazeta de Notícias, 16 de fevereiro de 1930, p. 12.

Para essa coluna, as informações sobre os eventos carnavalescos deveriam ser enviadas para os cronistas Belzebut ou Satanaz (GAZETA DE NOTÍCIAS, 26 dez. 1928, p. 7). Em 1930, percebemos que houve uma tentativa de separação no direcionamento das informações para melhor organização da publicação na coluna. “Toda a correspondência deve ser dirigida à ‘Seção Carnavalesca’, que ficará a cargo de Carlos Antunes Ferreira (Pente Fino) e Humberto Moraes Rego (Satanaz). A zona da Leopoldina ficará a cargo de Tercio de Machado (Pierrot Negro)” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 31 jan. 1930, p. 8). Porém, não deve ter dado certo, pois, em outras edições a mesma divisão não foi mencionada.

Uma outra seção recorrente no jornal era a “Pelos Clubs”. Esta era veiculada o ano inteiro e não se restringia a divulgar, apenas, ações das agremiações carnavalescas. O seu objetivo era trazer informações sobre festas e bailes em geral e suas repercussões. Contudo, muitos dos promotores desses eventos eram ligados à folia momesca, tornando-se ainda mais conhecidos em decorrência dos seus eventos durante o ano.

Como as demais colunas, ela não tinha uma periodicidade fixa, podendo trazer várias notas ou apenas uma, dependendo da programação daquele dia, como vemos nas imagens abaixo. Em algumas semanas, podia ser publicada quase todos os dias; em outras, em apenas um ou dois dias. Não encontramos a divulgação de nenhum nome como responsável por sua organização. Em 1929, nas proximidades do início da folia em homenagem a Momo, vimos a informação de que as notas com interesse de publicação nesta coluna deveriam ser encaminhadas para Satanaz, “redator recreativo da ‘Gazeta de Notícias’” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 17 de fev. 1929, p. 2), mas não encontramos tal solicitação em outro ano.

Figura 12 – Coluna “Pelos Clubs” – 30 mar. 1923.

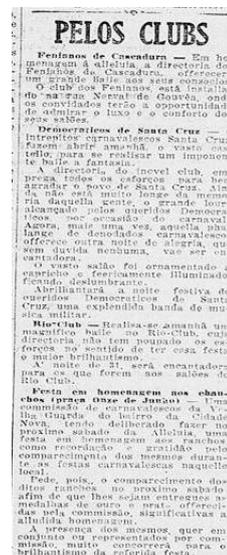


Figura 13 – Coluna “Pelos Clubs” – 29 jul. 1926.



Fonte: Gazeta de Notícias, 29 de julho de 1926, p. 5

Para conhecermos melhor a coluna “Pelos Clubs”, trouxemos um exemplo de uma edição publicada em novembro de 1922. Ali foi veiculada a programação do Democráticos, “um formidável forrobodó de massada” que ocorreria naquela noite e, na sequência, o “estupendo baile, que promete ficar memorável” do rancho Ameno Resedá. Tivemos a divulgação de dois bailes da Corbeille de Flores, que marcariam o início dos “preparativos necessários afim de apresentar ao público, no próximo reinado da Folia, o seu préstito modesto, mas muito limpo”. Lemos também sobre o Bloco dos Traídos, que realizaria, nos próximos dias no Recreio de Santa Luzia, uma festa para comemoração do aniversário da proclamação da República; além de notícias sobre programações promovidas pela Sociedade Flor Tapuya, Sociedade Dançante Chuveiro de Prata, Sociedade Dançante Carnavalesca Brincamos Para Não Chorar, além de uma nota exaltando o baile realizado pela Sociedade Dançante Familiar Prazer do Estácio (GAZETA DE NOTÍCIAS, 11 nov. 1922, p. 6).

No ano seguinte, também no mês de novembro, a mesma coluna trouxe a criação do dia dos cronistas carnavalescos, um dos fatores que ratifica o reconhecimento da importância dos profissionais da imprensa especialistas na cobertura da festa para a sua concretização. Segundo a informação do jornal, o evento foi criado pelos próprios cronistas, que não queriam qualquer auxílio financeiro, e teve como motivação a

necessidade iniludível de congregar os profissionais de imprensa, encarregados das respectivas seções carnavalescas dos jornais, afim de norteá-los por um mesmo ideal elevado e nobre, ao mesmo tempo servirá como anteparo à aproximação de elementos que se esforçam por passar como fazendo parte da “turma dos cronistas carnavalescos [sic] (GAZETA DE NOTÍCIAS, 13 nov. 1923, p. 6).

Dias depois, na edição de 17 de novembro, também na coluna “Pelos Clubs”, temos mais informações sobre o evento. Um grupo de cronistas⁵² reuniu-se na redação do *Jornal do*

⁵² Segundo o jornal, os cronistas que estiveram presentes nessa reunião foram: “Baldomero Carqueja, do ‘Jornal do Commercio’, Augusto de Moraes [Barulho] e A. L. Ribeiro, da ‘Gazeta de Notícias’; Epharim de Oliveira [Meúdo] e Franklin Jenz, do ‘Jornal do Brasil’; Ataliba Sá [Shá da Pérsia], da ‘Tribuna’; De Wilson Morgado [João da Gente], do ‘Correio da Manhã’, Armando Barreira, do ‘Rio-Jornal’; Romeu Arêde [Picareta], da

Brasil, no dia 15 daquele mês, e decidiu que a data de celebração seria 16 de dezembro⁵³, “comemorando essa data com uma grandiosa festa que os cronistas, como homenagem às sociedades recreativas e carnavalescas desta Capital, a elas oferecem” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 17 nov. 1923, p. 10). Além de um “imponente baile”, também optaram por fazer uma “audição de sambas carnavalescos para 1924, audição essa a que deverão concorrer todos os ‘sambistas’ do Rio”. Uma comissão foi formada para definir o local e os outros detalhes da programação.

Entendemos a instituição desse dia como uma forma de afirmação dos próprios profissionais da imprensa especializados nos festejos carnavalescos. As matérias, mencionadas acima, nos mostram que eles viam a necessidade de mostrar a seriedade da sua atividade e de estabelecer uma diferenciação em relação a outros membros de veículos impressos que pudessem tentar exercer suas funções. Era preciso marcar que, mesmo exercendo um ofício diretamente ligado à festa e à diversão, os cronistas do carnaval haviam se tornado especialistas em notícias sobre essa folia em função de suas próprias trajetórias.

A divulgação dos eventos carnavalescos era iniciada em novembro, representando uma espécie de abertura do carnaval de rua da capital federal. Era nesse período que a preocupação com a folia momesca começava a se difundir com mais intensidade, como é possível ver na coluna “Binóculo”: “Como de hábito, agora que se extinguem os ecos da ‘estação’, começam a chegar aos nossos ouvidos, imprecisa e surdamente, os primeiros longínquos rumores do Carnaval” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 21 nov. 1923, p. 9). Nesse período, as agremiações organizavam os primeiros eventos com intenção genuinamente carnavalesca.

Conforme os dias iam passando e o carnaval se aproximava, os cronistas aproveitavam para insuflar a população, como lemos na edição de 19 de janeiro de 1924: “Aproxima-se o carnaval! A tristeza [...] daqui a dias estará exilada da nossa alma, sem deixar um rastro na nossa face” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 19 jan. 1924, p. 8). Na sequência, a coluna relaciona a programação dos Fenianos, dos Tenentes do Diabo, o baile da Tuna Lusitana Familiar, da Kananga do Japão e de mais, no mínimo, dez agremiações carnavalescas.

Em nossa análise da *Gazeta de Notícias* percebemos que os festejos carnavalescos eram sempre tratados como o momento em que os problemas e tristezas entravam em suspensão para

‘Vanguarda’, e Paulo Cabrita [Arlequim], da ‘Rua’”. (GAZETA DE NOTÍCIAS, 17 nov. 1923, p. 10). Colocamos entre colchetes os pseudônimos dos cronistas que conseguimos identificar a partir da relação disponível no livro do Eduardo Coutinho (2006, p. 126-127). Salientamos, ainda, que a edição do jornal na Hemeroteca Digital está muito clara, prejudicando a visualização dos nomes, portanto, apesar da checagem da informação, algum nome pode estar escrito de forma incorreta.

⁵³ Em 1924, o dia dos cronistas carnavalescos ocorreu em 28 de dezembro. E, em 1925, novamente foi celebrado no dia 16 de dezembro.

que as pessoas aproveitassem a folia. Roberto DaMatta (1997, p. 46) enquadra o carnaval como um rito nacional, classificação que vai, de certa forma, ao encontro com o tratamento dado aos dias de Momo pelo jornal. Segundo o sociólogo, durante esse ritual nacional toda a sociedade deve se orientar para ele e parar ou mudar completamente suas atividades. É o momento em que a sociedade se descentraliza e a celebração é vista como propriedade de todos (DAMATTA, 1997, p. 48). As hierarquias sociais são minimizadas e a liberdade exercida de forma mais intensa. Por isso temos a ideia de suspensão dos problemas. É um período em que o mundo de “faz-de-conta” é vivenciado legitimamente por ser uma festa que compõe a identidade cultural brasileira e que, depois de quatro dias, tem fim, retomando-se o cotidiano em sua realidade.

A partir desse ponto de vista, compreendemos a frequência com que os eventos pré-carnavalescos são noticiados no jornal. Para termos uma ideia, a festa do ano de 1925 foi celebrada entre os dias 21 e 24 de fevereiro e, dez dias antes, as notas de divulgação já ocupavam uma página e meia da *Gazeta de Notícias*. Barulho escreveu um texto onde se afirmava que o “carnaval carioca não morre e nem morrerá jamais” – em resposta aos críticos da folia que, segundo ele, todos os anos falavam que a festa estava cada vez mais desanimada. O cronista argumentou que o aumento do número de blocos e de foliões demonstrava como o festejo estava crescendo e enchendo as ruas. Em seguida, vemos inúmeras notas sobre batalhas de confete, bailes à fantasia, concursos de sambas e marchas nos teatros, chás-dançantes e, ainda, músicas carnavalescas (GAZETA DE NOTÍCIAS, 14 fev. 1925, p. 9-10), uma forma de ratificar o que o cronista afirmou anteriormente.

Como demonstramos aqui, os principais espaços voltados para o carnaval na *Gazeta de Notícias*, no recorte temporal deste trabalho, foram as colunas “Pelo Clubs”, apesar de durante o resto do ano se dedicar à divulgação de eventos em geral da cidade, e “O Carnaval que chega...” e “Momo vem aí!...”. Ainda que possa parecer pouco para aquela que se pretende definir como a mais carnavalesca das folhas, o jornal era invadido por uma enxurrada de textos, matérias, crônicas, propagandas e tudo mais que se relacionava ao carnaval mesmo fora das colunas. Nos próximos tópicos, vamos nos debruçar sobre os concursos criados pelo jornal e as propagandas que eram veiculadas na *Gazeta*, ajudando, assim, a ratificar esse estreito vínculo do diário com a festa.

4.2 Os concursos carnavalescos promovidos pela *Gazeta*

A relação da imprensa com o carnaval extrapolava a publicação de matérias, notas e propagandas de produtos e informações sobre o festejo. Muitos periódicos se envolviam diretamente na folia. O *Jornal do Brasil*, em 1920, criou o “Dia dos Ranchos” e o *Mundo Esportivo*, em 1932, foi responsável por organizar o primeiro desfile das escolas de samba. Mas foi a *Gazeta de Notícias* a pioneira no estabelecimento de concursos entre as agremiações carnavalescas.⁵⁴ Em 1906, o periódico lançou o que é considerado o primeiro certame voltado para os cordões, algo inédito no carnaval do Rio de Janeiro. No dia da estreia, na segunda-feira de carnaval, fez questão de anunciar a sua participação direta no principal evento do dia: “Fora de qualquer dúvida e modéstia, o Carnaval pertence hoje legitimamente à *Gazeta de Notícias*” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 26 fev. 1906, p. 1).

O concurso não foi organizado formalmente, com inscrições prévias e estabelecimento de regras, tendo seu caráter informal ressaltado pelo próprio jornal. O júri foi formado pelos jornalistas Oliveira de Gomes, João do Rio e Oscar Lopes, que acompanharam os desfiles da redação e, na sequência, decidiram quais cordões seriam contemplados como vitoriosos. A entrega da premiação foi realizada na terça-feira, antes dos desfiles das grandes sociedades (GAZETA DE NOTÍCIAS, 26 fev. 1906, p. 1). Eduardo Coutinho (2006, p. 66) afirma que “essa competição demarcava o início de um discurso positivo da imprensa em relação às formas de divertimento populares”. Contudo, além disso, podemos analisá-lo como parte da missão que a própria *Gazeta* se imbuía de incentivar um carnaval “civilizado”, querendo mostrar que mesmo essa expressão dos grupos mais pobres da sociedade estava se modificando.

Isso fica claro na forma como o jornal se referiu ao evento no dia seguinte do evento:

A ideia lançada pela *Gazeta de Notícias* de instituir um concurso anual para os cordões, para esses grupos numerosos e incansáveis que animam extraordinariamente o Carnaval [...], medrou definitivamente e pode-se considerar, depois do que ontem vimos, que os cordões vão passar por uma fase de transformação completa, apresentando-lhe de ora em diante com desusado brilho e constituindo um carnaval originalíssimo e luxuoso, quase como o dos grandes clubs, que, entretanto, ficavam, como até agora, com a primazia nas grandes lutas de Momo (GAZETA DE NOTÍCIAS, 27 fev. 1906, p. 1).

⁵⁴ Segundo Felipe Ferreira (2004, p. 270-271), a ideia dos concursos entre os grupos carnavalescos surgiu em 1886 a partir de uma ideia do jornal *Diário de Notícias*. Depois dois desfiles das grandes sociedades, o periódico publicou uma cédula e as pessoas deveriam escolher quem tinha vencido: Democráticos ou Fenianos. Houve uma grande participação da população e foi uma confusão generalizada, com pessoas acusando de não terem votado, mas seus nomes apareciam nas listas nominais publicadas pelo jornal. Foram feitas inúmeras recontagens e, quando terminou a apuração, o *Diário* declarou que não havia vencedor porque os últimos votos foram jogados fora por um servente da redação.

Também em 1906, a *Gazeta* lançou dois concursos carnavalescos voltados para o público infantil. No primeiro, 54 crianças participaram da disputa por duas fantasias, sendo uma feminina e outra masculina. No segundo, ganhariam aquelas que mostrassem “mais espírito e inteligência” nas respostas às seguintes questões:

“Sofre na China...
Há muitos na China...
Vem muita da China...
É mesmo coisa da China!”

Deveriam, ainda, responder a esse questionamento: “Qual é o caso em que se pode abrir uma porta ABERTA?”. A premiação para a menina, que desse a melhor resposta, eram duas caixas de bisnagas e, para o menino, dois quilos de confete dourado (GAZETA DE NOTÍCIAS, 18 fev. 1906, p. 7).

Já na década de 1920, assistiu-se a um aumento da disputa entre os grupos carnavalescos e entre a própria imprensa, motivada em aumentar suas receitas, promovendo concursos entre blocos, ranchos e escolas de samba. Em 1921, o “Concurso para ranchos, blocos e cordões” foi lançado pelo *O Imparcial* (FERREIRA, 2004, p. 271). Em 1926, foram criados o “Dia dos Blocos”, por K. Noa⁵⁵, do periódico *A Manhã*, e o “Dia dos Ranchos da Leopoldina”, por Misterioso⁵⁶, do *Correio da Manhã*. *O Jornal* fez o “Dia dos Blocos Suburbanos”, em 1928. Em 1930, o *Correio da Noite* foi o responsável pelo “Concurso de Blocos de Carnaval” (COUTINHO, 2006, p. 85-86).

Nessa mesma década, observamos que a *Gazeta de Notícias* passou a investir nos concursos envolvendo as grandes sociedades. Em 1924, logo após a terça-feira gorda, divulgou a convocação para que a população votasse nos melhores préstitos daquele carnaval.

O povo foi que, na realidade, viu, contemplou, admirou todos os préstitos, todas as apresentações dos vários ranchos, na policrômica ostentação de suas fantasias, na riqueza dos aspectos mais belos e sugestivos de seus carros, de seus estandartes, de seus motivos alegóricos ou caricatos.

[...]

Assim, a GAZETA DE NOTÍCIAS, que se popularizou por confiar sempre no povo, na sua justiça, no seu gosto, no seu bom senso, na sua imparcialidade, espera, em boa hora, que esse mesmo povo seja o verdadeiro árbitro no julgamento em apreço, que é o assunto do dia.

[...]

⁵⁵ K. Noa era o pseudônimo utilizado pelo jornalista Antonio Joaquim Veloso Júnior.

⁵⁶ O cronista carnavalesco Waldemar de Barros ficou conhecido como Misterioso.

Diga, pois, o povo, pelo seu voto, qual o melhor rancho, entre tantos que o empolgaram, e qual dos grandes clubs, o vencedor: Democráticos, Fenianos ou Tenentes? (GAZETA DE NOTÍCIAS, 06 mar. 1924, p. 1).

No dia seguinte, o regulamento foi publicado na capa da edição, com as cédulas para escolha da grande sociedade e do rancho que se consagrariam vitoriosos. Os votos deveriam ser depositados na urna instalada no "hall" da Associação dos Empregos do Comércio, na Avenida Rio Branco, entre os dias 10 de março até 12 de abril, e o resultado foi marcado para ser divulgado no sábado de aleluia. Para votar, bastava preencher os cupons que eram publicados diariamente no jornal e depositá-los na urna. As cédulas eram, semanalmente, recolhidas para apurações parciais na redação da Gazeta, contando com a presença dos representantes dos grandes clubes e ranchos para evitar qualquer desconfiança (GAZETA DE NOTÍCIAS, 07 mar. 1924, p. 1).

Figura 14 – Regulamento do concurso dos vencedores do carnaval de 1924 da Gazeta

Quaes os vencedores no Carnaval de 1924?

Dentre os grandes Clubs e Ranchos, qual o que apresentou melhor conjunto?

Um appello da "Gazeta de Noticias" ao povo carioca para que decida a quem cabe a victoria

O Carnaval perdura... A lembrança dos dias de mais intensa alegria obriga, no recesso das lareiras e nas conversas das ruas, a volta do velho idioma, judaica, comperana. E esse julgamento cabe, principalmente, sobre os conjuntos artisticos apresentados pelos grandes clubs e dos melhores ranchos. O caricista, então, já livre do parcialismo das primeiras impressões, não capta de perturbar o "venerdum", julga e pronuncia, sagrando o melhor entre os melhores, aquelle que, no esforço titanico do cultural Mambo, pela aguçada das criticas, pelo encanto symbolico das allegorias, melhor soube servir ao mais alegre dos deuses.

Assim, a GAZETA, considerando que a alma popular, que vibrou, jubilosa, diante da suggestiva polychromia dos pavilhões de nossos grandes clubs e ranchos, da fantastica encenação dos carros allegoricos — corporificações de esplendidas idéas d'arte — instituiu esse mesmo povo arbitro em um plebiscito que consagrará e coroará os esforços feitos por esses mesmos clubs e ranchos.

Publicamos hoje as bases do nosso plebiscito, estabelecendo regras severas para a votação e apuração dos votos, de fórme que os mesmos votos representem a opinião do nosso povo sobre o conjunto apresentado.

Para que não possa ser fraudado o resultado da votação popular e para que o povo fique certo de que os seus votos serão realmente apurados, a apuração será feita sob suas vistas, ficando a urna que receberá os votos depositada no "hall" da Associação dos Empregados no Commercio, agremiação de forte reputação, austera e digna, que gentilmente acolheu a um appello nessa sentença.

Com essas garantias, num plebiscito assim organizado, a população carioca, com o seu sentimento artistico sensato, com a sua imparcialidade e justiça, sabrá julgar qual, dentre os tres grandes clubs, foi o vencedor, qual o vencedor dentre tantos ranchos que o deslumbraram.

São as seguintes as

BASES DO PLEBISCITO DA "GAZETA"

1. — O julgamento versará sobre o conjunto com que se apresentaram ao publico os grandes clubs e ranchos e será profetico, mediante votação, num plebiscito que durará cinco semanas, começando na proxima segunda-feira (10 do corrente), ás 10 horas da manhã, e terminando no sabado que precede a Semana Santa (12 de abril), ás 2 horas da tarde.

2. — É permitida a toda e qualquer pessoa dar o seu voto, bastando para isso encher os "coupons" que publicaremos diariamente, um para os grandes clubs e outro para os ranchos, e depositá-los na urna que para essa fim estará collocada á entrada do edificio da Associação dos Empregados no Commercio, á Avenida Rio Branco n. 118, em lugar facilmente accessivel ao publico.

3. — Os votos serão depositados na urna, diariamente, das 6 horas da manhã ás 12 da noite, isto é, desde a abertura do edificio da Associação até o seu fechamento, começando a votação em cada semana, ás 10 horas da manhã de segunda-feira, quando a urna é collocada ali, e prolongando-se até ás 2 horas da tarde de sabado, quando a mesma urna é conduzida para a redacção da GAZETA DE NOTÍCIAS, affirmo serem feitas as apurações parciais.

4. — A urna será examinada e convenientemente fechada na redacção da GAZETA DE NOTÍCIAS sob a fiscalização das pessoas do povo e dos representantes dos grandes clubs e ranchos que quizerem assistir, ás 10 horas da manhã de cada segunda-feira, e começar da proxima (dia 10 do corrente) até a ultima do plebiscito (7 de abril), e acompanhada pelas mesmas pessoas, será conduzida ao edificio de Associação dos Empregados do Commercio, onde ficará collocada. Aos sabados, ás 2 horas da tarde, com as mesmas formalidades, será transportada á redacção da GAZETA para as apurações parciais, sendo a primeira apuração no dia 15, a segunda no dia 22, a terceira no dia 29, do corrente, e a quarta no dia 5 e a quinta e ultima, no dia 12 de abril.

5. — As apurações parciais e final serão feitas na sala da redacção da GAZETA por escripturações acollimadas na occasião pelas pessoas que comparecerem e sob a fiscalização dos grandes clubs e ranchos que se fizerem representar. Os resultados que se apurarem serão affixados em "placards" nas fachadas da GAZETA e da Associação dos Empregados pela GAZETA. Os "coupons" apurados serão,

logo em seguida incinerados.

6. — O grande club e o rancho vencedores serão proclamados no Sabado de Aleluia pela redacção da GAZETA em acto publico, sendo nessa occasião conferida a cada vencedor uma medalha de ouro commemorativa da sua victoria acompanhada de um artistico diploma que documentará a mesma victoria.

7. — Duas medalhas de prata acompanhadas dos respectivos diplomas serão conferidas uma ao grande club e outra ao rancho classificados em segundo lugar, na ordem das votações.

8. — Ao grande club e ao rancho classificados em terceiro lugar serão conferidas medalhas de bronze com os respectivos diplomas, e aos ranchos que obtiverem os quarto e quinto lugares — diplomas de menção honrosa.

CARNAVAL DE 1924
Plebiscito da GAZETA DE NOTÍCIAS

Qual dos tres grandes Clubs é o vencedor?

Nome do Club _____

CARNAVAL DE 1924
Plebiscito da GAZETA DE NOTÍCIAS

Qual dos Ranchos é o vencedor?

Nome do Rancho _____

Estes "coupons" devem ser destacados para serem depositados na urna que a partir de segunda-feira proxima estará collocada á entrada do edificio da Associação dos Empregados no Commercio.

Fonte: Gazeta de Notícias, 07 de março de 1924, p. 1

A realização do concurso não era apenas uma forma de participar diretamente do carnaval. O fato das cédulas estarem veiculadas nas páginas da *Gazeta*, sem limitação da quantidade de votos por pessoa, provavelmente aumentava as vendas do jornal naquele período, dado o envolvimento da população com a folia momística. Era uma oportunidade do jornal mostrar seu apoio à festa, mas também de conseguir lucrar com o evento, mesmo depois do fim dos dias oficiais de celebração. Além disso, criava uma interação maior com o público leitor, uma vez que sua opinião passava a ser decisiva nos concursos carnavalescos.

No sábado marcado, 19 de abril de 1924, o resultado foi divulgado com a vitória dos Democráticos, ficando, em segundo lugar, os Fenianos e, em terceiro, os Tenentes do Diabo. Entre os ranchos, o Ameno Resedá foi o grande vencedor, seguido da União da Aliança e do Lírio do Amor. O jornal reiterou o convite, através daquela publicação, aos representantes dos clubes e ranchos para comparecerem à redação naquele mesmo dia para receberem suas medalhas (GAZETA DE NOTÍCIAS, 19 abr. 1924, p. 2).

Nos outros anos, a *Gazeta de Notícias* continuou a realizar esse concurso. Contudo, em 1929, uma situação inusitada ocorreu. Os Democráticos e os Tenentes do Diabo não desfilaram em decorrência da forte chuva que caía sobre a cidade e, por isso, pleiteavam autorização para colocarem seus préstitos nas ruas, no domingo seguinte, ao final da folia. A *Gazeta* prontamente apoiou a ideia, argumentando que o governo havia ajudado, financeiramente, às sociedades e, por isso, não tinha sentido impedir que elas fizessem seu carnaval externo. Para o periódico, seria um “dinheiro gasto sem proveito e os cariocas e os ‘touristes’ ainda entre nós, não gozarão um dos mais deslumbrantes espetáculos mundiais” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 14 fev. 1929, p. 5).

O desfile acabou não sendo autorizado pela polícia e nem pelo governo municipal, porém uma outra ideia foi sugerida, agora pensada pelos diretores da Associação dos Empregados do Comércio e do Clube de Engenharia. No dia 08 de março estava marcada a comemoração do “Dia da Avenida”, evento realizado para celebrar o aniversário de 25 anos da “nossa Broadway Rio Branco”. A proposta foi para que as grandes sociedades desfilassem nesse dia. Novamente, a *Gazeta de Notícias* fez questão de se posicionar a favor da presença dessas agremiações, defendendo que isso representaria a “fusão das festas – por isso que ambas são de arte e se completam pela espiritualização da vida, da alma e do coração da cidade que é a nossa ultra elegante Avenida Rio Branco” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 17 fev. 1929, p. 2). Entretanto, não encontramos, no jornal, nenhuma informação do dia da comemoração fazendo referência ao desfile das sociedades carnavalescas.

A *Gazeta de Notícias*, ao realizar concursos carnavalescos e se posicionar sobre as questões que envolvem o evento, evidencia uma realidade do carnaval carioca. Não só ela, mas os grandes jornais do período tinham consciência da influência que exerciam na organização da festa. Para Felipe Ferreira (2004, p. 268), à imprensa coube um papel fundamental que consistiu tanto na implantação quanto na transformação do carnaval no Brasil. A importância da atuação dos veículos de comunicação para a difusão dos festejos a Momo era reconhecida de tal forma que os empresários e comerciantes aproveitavam o período de celebração para inserir propagandas de seus produtos visando, assim, o aumento dos seus lucros.

4.3 As propagandas ligadas ao carnaval na *Gazeta*

Um dos suportes fundamentais, para que os jornais se transformassem em empresas lucrativas, foi a intensificação do uso da propaganda. Os anúncios não eram novidade, mas foi no início do século XX que eles tomaram outra proporção e tornaram-se imprescindíveis para a manutenção financeira dos diários e dos seus profissionais. Segundo o jornalista e pesquisador Juarez Bahia (1972, p. 57), criar periódicos era fácil e, por isso, tivemos o surgimento de muitos nesse período. O complicado era mantê-los em funcionamento. Não é coincidência que as propagandas tenham tomado impulso quando a modernização se desenvolvia no Rio de Janeiro, ajudando a transformar a cidade e a sociedade carioca. Além dos novos hábitos adotados, as camadas mais abastadas deixavam-se levar pelo consumismo que era estimulado, entre outras formas, pelos reclames publicitários.

A possibilidade de criar anúncios ajudava no processo de profissionalização da imprensa que estava em andamento. Nomes como Olavo Bilac e Emílio de Menezes não se furtavam a escrever *slogans*, quadrinhas e sonetos para propagandas, mesmo com algum sentimento de culpa, uma vez que tal função era exercida apenas pelo retorno financeiro. Para Bastos Tigre⁵⁷, essa opção se tornou sua principal fonte de sustento, fazendo-o abrir o escritório “Publicidade Bastos Tigre”. Entre seus clientes estavam a Confeitaria Colombo, os Cigarros York, o Magazine Notre Dame, a Cervejaria Fidalga, entre outros (SÜSSEKIND, 2006, p. 63). Bastos Tigre e, também Bilac, durante a criação dos seus reclames tentavam dar um ar poético e artístico, enquanto Emílio de Menezes não se mostrava nem um pouco preocupado com isso (SÜSSEKIND, 2006, p. 66).

⁵⁷ Manoel Bastos Tigre nasceu em Recife, em 1882. Engenheiro de formação, sua vida profissional foi marcada pela dedicação à literatura, trabalhando em diversos jornais e revistas ilustradas.

A relação da publicidade com a imprensa foi se estreitando, ainda que parte dos literatos não visse isso com bons olhos. Na verdade, numa cidade em modernização, mas ainda com um alto número de analfabetos, as redações tornaram-se a melhor possibilidade de difusão da literatura, uma vez que os jornais eram lidos em voz alta ampliando o público receptor. Os escritores não só conseguiam o sustento, mas também se tornavam ainda mais conhecidos, o que valorizava seu trabalho e ajudava a alavancar a venda de seus livros. A propaganda configurou-se como um elemento fortalecedor desse sistema. Os empresários, objetivando dar mais visibilidade aos seus produtos, pagavam aos periódicos para veicularem seus anúncios que, assim, conseguiam mais recursos para investir na produção e remuneração de seus funcionários, aumentando as vendas e o público consumidor.

Podemos inferir que toda essa realidade também ajudava na divulgação da folia carnavalesca. Fora as notícias publicadas nas colunas dedicadas ao tema, conforme a festa foi se tornando mais famosa, o comércio ligado a ela também cresceu. Se nesse período, “a palavra de ordem parece ser *exibir, tornar público*” (SÜSSEKIND, p. 2006, p. 86), estar no jornal possibilitava uma maior visibilidade a determinada marca ou evento. Mais do que apenas uma celebração, o carnaval constituiu-se como um nicho rentável para alguns setores do comércio e para o turismo. Não é à toa que suas páginas traziam uma diversidade de propagandas de artigos carnavalescos, dos eventos realizados nos hotéis e tratavam de questões ligadas ao incremento da atividade turística, como veremos ao longo desse capítulo.

Dentre os muitos anúncios que observamos na *Gazeta de Notícias*, vamos nos deter um pouco mais na propaganda do magazine *Parc Royal*, que fazia publicidade específica no período carnavalesco durante todos os anos de pesquisa deste trabalho. Inaugurado em 1875, no Largo de São Francisco, foi fundado como um armarinho, que acabou tornando-se uma loja com quatro prédios. O magazine acompanhou o processo de desenvolvimento urbano do Rio de Janeiro, tanto que inaugurou uma filial no Avenida Central, em 1906, e, em 1911, mudou-se para ocupar um quarteirão inteiro, tendo “140 janelas, 48 vitrines externas, 5 portas de entrada e 32 seções de venda (DUNLOP, 1963, p. 25). A loja, que pertencia à família de imigrantes portugueses Ramalho Ortigão, tinha filial em Paris e era responsável por trazer as encomendas da Europa (DUNLOP, 1963, p. 87-88). Possuía, ainda, filiais nas cidades mineiras de Belo Horizonte e Juiz de Fora.

Com uma grande loja no bulevar que era considerado o maior símbolo da modernidade carioca, o *Parc Royal* destacava-se ao oferecer tudo o que estava na moda em Paris, referência de civilização que a alta sociedade queria alcançar. As suas propagandas eram bem objetivas para reforçar essa ideia. Como a da “Seção de Luxo’, um departamento chic inconfundível,

criado em homenagem às Elegantes Senhoras Cariocas” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 16 maio 1926, p. 3). Ali eram oferecidos produtos, especialmente, escolhidos na capital francesa para essa seção e que não poderiam ser encontrados em nenhuma outra vitrine ou outro departamento da loja.

Outras propagandas do *Parc* também reforçavam essa ideia, ressaltando que a loja oferecia produtos que proporcionavam “elegância” e “distinção” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 17 fev. 1923, p. 3). Contudo, também destacavam que os preços eram justos. Em seu anúncio, dias antes do carnaval de 1923, vemos a oferta de “ricos modelos de fantasias para roupas para senhoras, homens e crianças” e outros artigos carnavalescos a preços excepcionais (GAZETA DE NOTÍCIAS, 06 fev. 1923, p. 3). Dois dias depois, novo reclame, enfatizando que eram os últimos dias e relacionando outras opções de fantasias originais com seus preços (GAZETA DE NOTÍCIAS, 08 fev. 1923, p. 3).

Figura 15 - Propaganda do *Parc Royal* de produtos para o carnaval de 1923

CARNIVAL
ULTIMOS DIAS

Além dos artigos já anunciados, oferecemos mais os seguintes:

PIERROTS DE SETINETA, desde	24\$000
CAMISAS DE CARNAVAL, nas cores dos clubs, a	12\$500
CALÇAS DE BRIM BRANCO, a	15\$500
BONETS DE JOCKEY, padronagens de alta phantasia, a	8\$000
PYJAMAS DE PHANTASIA, com lindas ramagens, desde	38\$000
CHAPE'OS — MEXICANOS — de setim de seda, a	28\$000
CHAPE'OS DE ORGANDY, lindos modelos, cores sortidas, a	25\$000

Ricos modelos de phantasias elegantes e originaes para senhoras e cavalheiros.
Golas para Pierrots, Pompons, Sombrinhas, etc.

Para crianças
Lindas phantasias, Camisas, Calças e grande variedade de artigos proprios para Carnaval.

PARC ROYAL
A MAIOR E A MELHOR CASA DO BRASIL.

Fonte: Gazeta de Notícias, 08 de fevereiro de 1923, p. 3

As características das propagandas do magazine *Parc Royal*, nos dias anteriores ao início do carnaval de 1923 descritas acima, mantiveram-se durante os anos de pesquisa deste trabalho. Com uma diagramação simples, a loja, que oferecia produtos diversificados para homens, mulheres e crianças, sempre tinha artigos e fantasias para os dias de Momo. Mas seu envolvimento com o carnaval não parava por aí. Em 1925, o magazine fez parte de um chá-dançante produzido no Hotel Glória. Pelo que observamos, a sua participação foi no desfile de trajes carnavalescos, que contou com a presença também das casas A Fama, A Imperial, *Grand Palais*, *Simon Bayle*, entre outras. No mesmo material, também estava anunciando os quatro bailes à fantasia, que ocorreriam nos próximos dias (GAZETA DE NOTÍCIAS, 15 fev. 1925, p. 3), o que deixa clara a intenção comercial do evento do desfile.

Figura 16 – Propaganda do evento no Hotel Glória

HOTEL GLORIA

**Hoje - Domingo, às
4 horas da tarde
Grande Chá Dan-
sante**

*para apresentação dos
mais luxuosos e ricos
modelos de fantasias,
confeccionados nos ate-
liers das casas:*

**A FAMA
A IMPERIAL
GRAND PALAIS
PARC ROYAL
SIMON BAYLE,**

*etc., etc.
que desfilarão perante a
assistencia, às 5 horas da
tarde, vestidos por gen-
tis senhoritas.*

*Os sapatos são da casa
"Esquesita"*

**Nos dias 21, 22, 23 e 24
do corrente, quatro
grandes bailes á fan-
tasia e a caracter.**

PEÇAM PROGRAMMAS
Reservam-se mesas —
Phone B. M. 3003

Fonte: Gazeta de Notícias, 15 de fevereiro de 1925, p. 3

Além do *Parc Royal*, era bastante comum vermos anúncios de diferentes lojas que trabalhavam com venda de tecidos e artigos para os festejos de Momo na *Gazeta*. Os Armazéns Brasil destacavam a variedade de opções para elaboração de fantasias carnavalescas por “menores preços” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 09 fev. 1926, p. 3). O reclame da Casa Pacheco, na rua Uruguaiana, enfatizava o preço de liquidação e colocava à disposição das senhoras e senhoritas “a mais completa, original e moderna coleção de figurinos franceses, ingleses e alemães para fantasias. Modelos riquíssimos desconhecidos nessa capital” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 11 fev. 1925, p. 4).

A loja A Fortuna, localizada na Praça Onze de Junho, chamava atenção por ter uma diagramação um pouco diferente das habituais e afirmava ter “de tudo no gênero, para os gostos mais exigentes, fantasias das mais simples às mais luxuosas, das mais elegantes às mais cômicas. Os preços mais módicos” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 19 fev. 1922, p. 3). Na coluna ao lado, um pouco abaixo, a Casa Colombo trouxe a imagem de uma pessoa fantasiada e destacava que, no estabelecimento, encontrava-se tudo para o carnaval.

Figuras 17 e 18 – Propagandas de artigos carnavalescos das lojas A Fortuna e Casa Colombo



Fonte: Gazeta de Notícias, 19 de fevereiro de 1922, p. 3

A venda de artigos carnavalescos movimentava o comércio de tal forma que, em 1922, o então prefeito do Rio de Janeiro, Carlos Sampaio, autorizou a extensão do horário de funcionamento dessas lojas até às 22 horas e, nos dias de festa, o período seria estendido até 1 hora da manhã (GAZETA DE NOTÍCIAS, 19 fev. 1922, p. 3). Tal informação confirma nossa visão de que o carnaval, realmente, tinha se consolidado na cidade, no início dos anos de 1920, e sua realização era valorizada pelos governantes. Entendemos, ainda, que a ação pareceu dar resultados concretos, tanto que a flexibilização do horário foi mantida no decorrer dos outros anos desta pesquisa.

Porém, mesmo assim, as autoridades governamentais atuavam na tentativa de ordenar a celebração, cerceando os costumes populares. Em virtude disso, havia a proibição do uso de fantasias nas ruas sob alegação de que dificultava a identificação das pessoas, que, então, aproveitavam a oportunidade para brincar de maneira indesejada pela alta sociedade e, mesmo, para cometerem atos ilícitos ou criminosos. Segundo Maria Clementina Cunha, em sua análise sobre os cordões:

Mas o século XX assistiu a uma intensificação feroz dessas práticas repressivas, que tentaram viabilizar as proibições e os regulamentos da autoridade policial, recorrendo com frequência a arbitrariedades que a própria imprensa tratou de denunciar (algumas vezes) ou apoiar (quase sempre) (CUNHA, 2001, p. 201).

O impedimento, normalmente, era voltado para os foliões que andavam sozinhos, fora das celebrações feitas pelas agremiações carnavalescas. Ainda que não fosse cumprida, integralmente, pela população, essa proibição acabava sendo incompatível com o desejo do

comércio de ampliar suas vendas. Provavelmente, tendo em vista essa questão, na mesma coluna onde foi anunciada a ampliação do horário do comércio, também veio uma permissão do chefe da polícia do uso de fantasias para os participantes dos blocos e cordões daquela tarde, que ocorreriam na Avenida Rio Branco, “aos que tomarem parte no corso em carros e automóveis ou que se destinarem aos clubs, em veículos”. A nota deixa claro que “aos avulsos, foi no entanto, sonogada esta concessão” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 19 fev. 1922, p. 3). Isto é, as fantasias só eram permitidas para aqueles que fossem participar dos eventos carnavalescos.

Entre as diversas propagandas publicadas na *Gazeta de Notícias*, encontramos algumas que chamam atenção pelo produto ou pela diagramação. Uma delas é o anúncio da tinta para coloração de tecidos Germânia, veiculado nas proximidades dos festejos de 1927. A maior parte do espaço é ocupado por uma ilustração e o texto, que acompanha, sugere que as pessoas não investissem na compra de novas fantasias, mas que tingissem as antigas para que, assim, pudessem gastar mais dinheiro curtindo o carnaval. Nesse mesmo dia, vemos o oferecimento de camarotes para que os foliões pudessem assistir aos desfiles “bem dispostos, nos melhores pontos da Avenida Rio Branco, possuindo toldo para hipótese de chuva, podendo alojar mais de 10 pessoas” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 24 fev. 1927, p. 4).

Figuras 19 e 20 – Propagandas da tintura para tecidos Germânia e de Camarotes para o carnaval de 1927



Fonte: Gazeta de Notícias, 24 de fevereiro de 1927, p. 4.

Em 1929, a Odeon publicou um anúncio em que destacava-se a qualidade dos seus discos e a inclusão das músicas carnavalescas, daquele ano, ao seu já tradicional repertório – “o portador da alegria em todos os lares do nosso torrão natal” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 27 jan. 1929, p. 4). No mesmo ano, encontramos a propaganda do lança-perfume *Royal* – “Foliões, exijam nesse carnaval” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 4 fev. 1929, p. 3).

Figura 21 – Propaganda do Lança-Perfume *Royal* para o carnaval



Fonte: Gazeta de Notícias, 15 de fevereiro de 1928, p. 4.

A cerveja Supimpa veiculou um anúncio na *Gazeta*, três dias antes do início do festejo de 1929, com o seguinte texto: “Não se compreende carnaval sem cerveja Supimpa. A alegria em garrafas” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 08 fev. 1929, p. 6). Um ano antes, a Brahma fez propaganda de uma das suas cervejas, com o slogan: “Em todas as batalhas do carnaval cabe a vitória a ABC” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 15 fev. 1928, p. 4).

Figura 22 – Anúncio da cerveja Supimpa para o carnaval



Fonte: Gazeta de Notícias, 08 fevereiro de 1929, p. 6.

Os bailes realizados nos hotéis e teatros, além de poderem ser divulgados nas colunas de informações sobre os festejos momescos, também eram difundidos em inserções pagas pelos organizadores. Podemos notar que, no carnaval de 1923 (**Figura 22**), a última página da edição do domingo anterior ao início da folia, que expunha apenas propagandas, muitas eram voltadas aos eventos carnavalescos. Destacamos aqui três desses anúncios, mas uma observação atenta permite que se perceba que há outros também relacionados à temática carnavalesca.

Vemos o anúncio do Hotel Glória, com seus bailes à fantasia, para os quais era preciso fazer reserva antecipada. Além das datas e do contato para agendamento, o reclame trazia a descrição da vestimenta adequada para os interessados em participar: “traje de rigor, smoking ou brim branco”. Um outro reclame, agora do Teatro Recreio, divulgava a venda de ingressos para uma sessão de homenagem aos clubes carnavalescos Fenianos, Democráticos e Tenentes do Diabo, com a participação dos mesmos no espetáculo. Ainda seriam entregues as premiações para os vencedores do concurso de canções carnavalescas promovidas pelo jornal *A Pátria*. A divulgação dos eventos do High-Life Club também foi exibida nessa mesma página (GAZETA DE NOTÍCIAS, 04 fev. 1923, p. 8).

Com o início do carnaval de 1923 (**Figura 23**), mais eventos foram divulgados na *Gazeta*. Podemos identificar isso comparando as duas edições. Na sequência, trouxemos a última página da edição do sábado momesco do mesmo ano, que era onde se concentravam as propagandas. Aqui observamos os bailes do Palácio Club e do Hotel Glória, os eventos do Teatro São José, do Carlos Gomes, do São Pedro, do Teatro do Recreio. Temos ainda o jantar-dançante do Jockey Club (GAZETA DE NOTÍCIAS, 10 fev. 1923, p.8).

Utilizamos aqui o carnaval de 1923 para exemplificar, entretanto, notamos isso em todos os anos em que pesquisamos na *Gazeta de Notícias*. Vale ressaltar que os anúncios, de forma geral, não ficavam apenas na última página do jornal. Podemos observá-los em diferentes espaços do periódico, sendo que muitos eram inseridos nas mesmas folhas nas quais eram publicadas as colunas e notícias sobre os festejos. Por terem menos propagandas, elas chamavam mais atenção e, provavelmente, o valor cobrado para divulgação também deveria ser mais caro.

Naturalmente, muitos outros produtos e serviços relacionados ao carnaval foram anunciados ao longo do tempo. Os comerciantes perceberam que podiam explorar a festa e obter uma boa rentabilidade, pois até fantasias eram vendidas até para bebês. O fluxo de pessoas para a região central era crescente, aumentando a circulação e, conseqüentemente, as possibilidades de venda, o que proporcionava uma ampliação do lucro também para as companhias de bondes e as empresas de carruagens durante os festejos de Momo. Muitos estabelecimentos viram nisso uma oportunidade e passaram a conceder auxílios financeiros para os desfiles das sociedades carnavalescas (ARAÚJO, 1995, p.381).

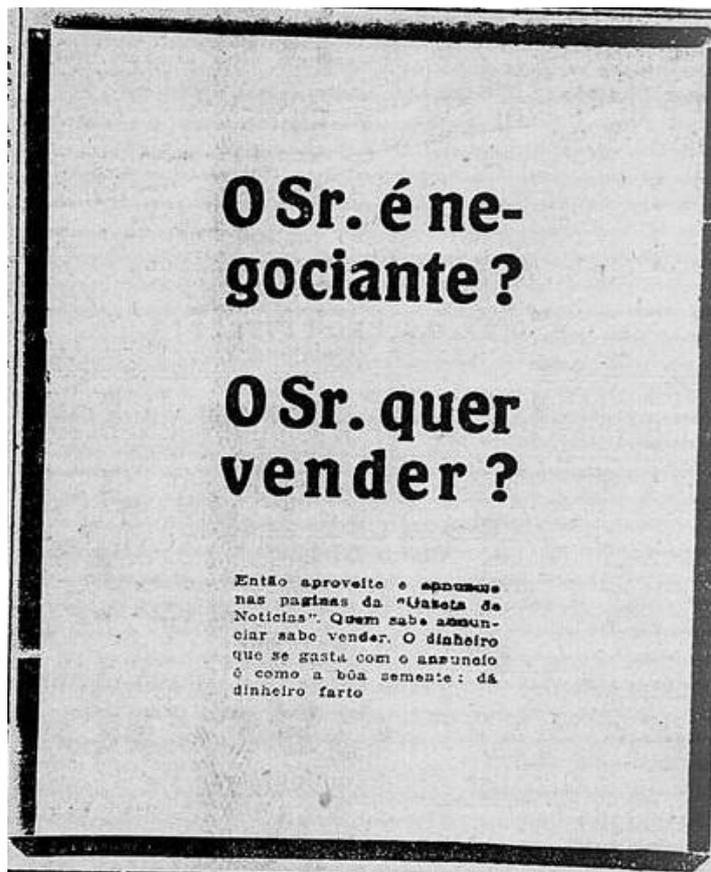
A procura de tais anunciantes por divulgar seus produtos na *Gazeta de Notícias* pôde decorrer da relação de proximidade que o jornal mantinha com o carnaval. As notícias e crônicas publicadas no periódico, além de serem constantes, sempre tinham um caráter positivo, exaltando a festa. As críticas que apareciam eram pontuais e, normalmente, recaíam sobre ações que podiam atrapalhar, na visão do diário, o bom andamento da festa ou reclamavam da falta de investimento dos poderes públicos. Nesse sentido, a *Gazeta* mostrava-se como uma boa opção para ajudar a alavancar as vendas de produtos específicos da folia a Momo.

O carnaval que hoje é considerado como uma das marcas da brasilidade dentro e fora do país (QUEIROZ, 1992, p. 159), já era visto assim nos anos 1920. O Rio de Janeiro era divulgado pela imprensa carioca como a representação do festejo brasileiro e sua população aguardava, segundo os jornais, com ansiedade o início das celebrações. Como parte desse processo, entendemos que as pessoas acabavam investindo recursos financeiros na compra de fantasias e em produtos para se divertirem durante a festa, aumentando os lucros aferidos pelo jornal com os anúncios e pelos comerciantes, com o crescimento das vendas.

Foi ainda nesse período que os jornais estavam se transformando em empresas com objetivo de gerar lucro para seus proprietários, como já vimos. Na *Gazeta de Notícias*, a intenção não era diferente. Como a venda de anúncios se apresentava como uma possibilidade real de aumento da rentabilidade do jornal, dedicava-se em torno de uma a duas páginas para os anunciantes, normalmente ao final, fora as tantas inserções que ocorriam ao longo da edição.

Como forma de atrair mais propagandas, era comum ver anúncios do próprio diário incentivando a contratação de anúncios: “O Sr. é negociante? O Sr. quer vender? Então aproveite e anuncie nas páginas da ‘Gazeta de Notícias’. Quem sabe anunciar sabe vender. O dinheiro que se gasta com o anúncio é como a boa semente: dá dinheiro farto” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 30 jan. 1927, p.16).

Figura 25 – Propaganda de anúncios na *Gazeta de Notícias*



Fonte: Gazeta de Notícias, 30 de janeiro de 1927, p.16.

Ao percorrermos as edições da *Gazeta de Notícias*, levantando algumas dessas propagandas, tentamos demonstrar, por um outro lado, a ligação do jornal à temática carnavalesca. Eram, primordialmente, os cronistas que tinham papel fundamental em dar essa feição ao periódico. Contudo, pela quantidade e diversidade das propagandas, entendemos que, dentro da “indústria” do carnaval carioca, esse aspecto da *Gazeta* era reconhecido. Mas, indo além dessa esfera, o número crescente de anúncios indica-nos que a folia momesca era parte real da vida cultural da cidade, movimentando a economia através do comércio e podendo gerar, ainda, mais benefícios financeiros, se fosse, devidamente, explorada para o fomento do turismo.

4.4 Turismo e carnaval na *Gazeta de Notícias*

Ao longo desta tese, buscamos expor como notícias publicadas, sistematicamente, na *Gazeta de Notícias*, incentivaram e defenderam o processo constante de transformação do Rio de Janeiro para que ele se tornasse, cada vez mais, adequado aos padrões de civilização e modernidade inspirados nos moldes europeus. Dentro dessa lógica, o periódico também estimulava o crescimento do turismo, percebendo o carnaval como uma oportunidade ímpar para despertar o desejo em visitantes estrangeiros em conhecer a cidade.

As pessoas que viajam com intenção turística estão dispostas a se deslocarem para lugares distantes de suas casas, em maior grau, com fins de entretenimento, abertas a vivenciarem realidades distintas do seu cotidiano e são encorajadas a terem experiências novas e inusitadas. Contudo, não se pode desprezar a bagagem cultural e o histórico de vida que cada turista traz consigo, além de seus desejos e expectativas. Por isso, cada um sente a experiência de forma diferente (PANOSSO, 2005, p.30-31).

Portanto, se pensarmos no Rio de Janeiro dos anos 1920, quando o turismo passou a ser visto, realmente, como uma possibilidade, a imprensa apoiadora do movimento de modernização defendia e incitava a concepção de uma cidade que atendesse aos padrões modernos em voga no mundo como forma de tentar satisfazer, ao menos em parte, aos anseios dos viajantes internacionais. A divulgação das potencialidades turísticas da capital federal brasileira encontrava, nos periódicos cariocas, um espaço de exibição – e também de críticas ao setor (BORGES, 2015, p. 249-250).

A análise dos jornais que utilizamos para a confecção desta pesquisa, principalmente, a *Gazeta de Notícias*, indica que um dos principais objetivos do incremento da atividade turística era a atração de visitantes estrangeiros. Fora isso, na maior parte das matérias que observamos sobre o assunto, não vimos referência a ações e políticas turísticas direcionadas à atração de visitantes de outros estados brasileiros. O turismo internacional era o foco principal, como podemos ver na matéria publicada no periódico, em 1924, a qual destaca que o Brasil precisava valorizar essa prática.

Ao nosso, nenhum país excede nos recursos de natural atração à curiosidade do estrangeiro 'diletante', que, viajando, procure sensações novas, impressões desconhecidas, através de regiões, para ele, estranhas. Aí está, para ser vista em toda a sua pujança grandiosa, a natureza esplêndida deste rincão luminoso da América, que é o Brasil. A Guanabara deslumbra, surpreende e empolga (GAZETA DE NOTÍCIAS, 22 fev. 1924, p. 1).

No trecho acima, há uma sobrevalorização das belezas naturais do país como algo único. Essa postura era recorrente nos textos da *Gazeta* que tratam a questão do turismo. Também em 1924, uma outra matéria reforça a ideia de que o Brasil oferecia aos turistas sensações não experimentadas por eles em seus países de origem. Segundo o texto, os brasileiros não sabiam admirar muitas das riquezas nacionais, mas, os estrangeiros vinham “afoitos e curiosos” para explorá-las. Ressalta-se, ainda, que a melhor forma de fazer com que esse fluxo de viajantes se tornasse constante era através do relato positivo de quem se encantou com a viagem (GAZETA DE NOTÍCIAS, 07 mar. 1924, p. 2).

As observações de quem vivenciou a viagem eram elementos importantes para despertar a vontade em outros conterrâneos de experimentar sensações similares. Em virtude disso, a *Gazeta de Notícias* reproduzia, quando possível, a opinião dos turistas sobre o Rio de Janeiro. Em 1928, em uma nota curta, fez questão de frisar:

‘Le Journal’, ‘Le Gaulois’, ‘Le Quotidien’, ‘La Gazette du Bresil’, e as edições parisienses do ‘New York Herald’ e do ‘Chicago Tribune’ publicam telegramas sobre as excelentes impressões colhidas no Rio pelos quatrocentos turistas que viajavam a bordo do ‘Empress of France’ (GAZETA DE NOTÍCIAS, 21 fev. 1928, p. 4).

Já em 1930, o diário carioca reproduziu o relato de viajantes portugueses sobre “as belezas do Rio de Janeiro e das cidades e localidades próximas que tiveram ocasião de visitar”. A escritora lusitana Maria Magdalena Martel Patrício estava entre eles e descreveu a praia de Copacabana como “a mais bela e a mais cosmopolita do mundo, desafiando em todos os seus aspectos qualquer outra da Europa e da América”. Novamente, demonstra-se que o melhor caminho para estimular o turismo era através dos testemunhos das pessoas que voltaram para seus países de origem com boas impressões da experiência em terras brasileiras. “[...] o turismo para o Brasil, pelo menos no que diz respeito a correntes originadas em Portugal, está no seu máximo apogeu e só poderá, daqui por diante, incrementar-se ainda mais graças a propaganda que os próprios excursionistas são os primeiros a fazer” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 03 set. 1930, p. 3).

Nesse sentido, o carnaval encaixou-se como um produto turístico da cidade. A festa adquiriu, no Rio de Janeiro, características singulares que preenchiam os requisitos de novidade e experiências diferentes do dia a dia dos estrangeiros, que saíam encantados com tudo que vivenciaram. Percebemos isso através da veiculação, nos jornais cariocas, da crescente presença de embarcações com turistas internacionais, nos dias de Momo. Entretanto, apenas o relato dos viajantes que já tinham experienciado a festividade não era suficiente. A folia precisava ser corretamente explorada a fim de despertar o interesse em novos visitantes. Esse papel, no

período em questão, teria que ser um esforço conjunto das autoridades governamentais, dos empresários e da imprensa do Rio de Janeiro, principais setores interessados no desenvolvimento do turismo.

Em 13 de dezembro de 1923, a *Gazeta de Notícias* publicou matéria sobre um projeto de lei para que governo municipal subvencionasse os ranchos carnavalescos, pagando cinco contos de réis para ajudar no desfile de cada agremiação que fosse participar do próximo carnaval. Segundo o texto, por mais que a expressão utilizada tenha sido “rancho”, o pagamento deveria “incluir entre as agremiações beneficiadas os ‘cordões’, ‘blocos’, ‘grupos’, etc.”, desde que tenham “fins descaradamente carnavalescos”. O autor fez um cálculo em cima do número de agremiações desse tipo que ocuparam as ruas nos últimos cinco anos para estimar o valor que seria gasto pelo governo, caso fosse aprovada a lei: em torno de 165 contos de réis (GAZETA DE NOTÍCIAS, 13 dez. 1923, p. 2).

O auxílio financeiro da prefeitura pode ser interpretado como uma tentativa de regulação do carnaval, principalmente, das camadas populares. As celebrações dos dias de folia, naquele período, eram organizadas por grupos carnavalescos sem vinculação política, que dependiam de recursos próprios ou de patrocínios particulares para montarem os seus préstitos. Entretanto, a subvenção possibilitava um maior investimento nos desfiles. Mas, para recebê-la, as agremiações deveriam preencher os requisitos determinados pelo poder municipal. E, ainda, para tomarem seus lugares nas ruas, elas precisavam da autorização da prefeitura, sendo que eram vigiados pela polícia.

Ao longo da matéria, assinada por D. Xiquote⁵⁸, percebemos o tom crítico utilizado pelo autor. Isso fica nítido, ao final, quando ele sugeriu que o poder executivo municipal subvencionasse os mascarados avulsos e qualquer pessoa que fosse para às ruas para brincar o carnaval na cidade, deixando “toda a população cheia de graça, alegre, satisfeita, feliz, durante três dias do ano!”. Bastos Tigre complementou dizendo que, com as subvenções, acreditava que não “haja no Rio de Janeiro um indivíduo, a não ser milionário, frade ou paralítico que não se proponha a organizar blocos (de cinco figuras no máximo) ou a vir para a rua sozinho, exhibir os seus dotes de espírito” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 13 dez. 1923, p. 2).

Nossa compreensão é que a visão do autor sobre o carnaval não abarca tudo que envolve a realização dessa festa. Ele não considerou a movimentação econômica gerada pelo evento, nem a intenção das autoridades ao concederem auxílios às agremiações, posto que, a qualquer momento, elas podiam cassar as licenças de funcionamento das agremiações. Fora isso, a folia

⁵⁸ D. Xiquote era um dos pseudônimos utilizados por Bastos Tigres.

momesca começara a ter repercussão internacional, colocando o Brasil no mapa turístico internacional, o que possibilitaria ainda mais vantagens econômicas para o país. A *Gazeta* voltou ao tema das subvenções em 1º de janeiro de 1924 para informar que o Conselho Municipal aprovou o auxílio financeiro para as pequenas sociedades, como aconteceu também nos anos subsequentes.

O texto de Bastos Tigre levanta-nos algumas outras questões sobre a percepção do carnaval naquele período. O fato do Conselho Municipal propor uma subvenção aos ranchos mostra que a festa atingira um patamar de reconhecimento como um evento regular e próprio da cidade. Recebendo subsídios do poder público, os ranchos poderiam aumentar o investimento em seus préstitos, melhorando a qualidade dos seus desfiles e animando, ainda mais, os foliões. Conseqüentemente, os festejos momescos se fortaleciam e poderiam, assim, trazer mais visitantes para a cidade, proporcionando ganhos financeiros ao governo.

Em 1928, o prefeito Antônio Prado Júnior decidiu aumentar o valor do auxílio dado às pequenas sociedades, o que evidenciou, na visão de Felipe Ferreira (2004, p. 314), a importância dada por seu governo ao carnaval dos grupos populares. Além disso, como mencionamos no segundo capítulo deste trabalho, ele também investiu na filmagem dos ranchos e dos grandes clubes para servir como material de divulgação da festa no exterior. Apesar das críticas ao investimento dos cofres municipais no festejo, havia também quem defendesse essa atitude, como o cronista K. Rimbo⁵⁹. Para ele, a subvenção era um valor irrisório diante da lucratividade que a festa proporcionava para cidade e lembrou que os desfiles das grandes sociedades gastavam somas bem mais vultosas do que o valor que recebiam da prefeitura.

[...] com os lucros que advém dos impostos sobre festejos e artigos carnavalescos, esses cento e cinco contos são largamente recompensados; (...) muito mais teria que ser gasto dos cofres municipais para conseguir o movimento de turistas que o Carnaval nos traz. Parece-nos, pois, até, que, esses cento e cinco contos, antes de representarem um desperdício, representam uma economia (GAZETA DE NOTÍCIAS, 03 fev. 1928, p. 4).

Como lemos no trecho acima, o cronista afirmou que o carnaval trazia turistas para o Rio de Janeiro interessados em conhecer a festa. A presença de estrangeiros era uma realidade na cidade mesmo antes disso. As belezas naturais motivavam os espíritos mais curiosos, mas não havia uma regularidade na frequência de viajantes com intenção turística. Contudo, a partir do momento em que a preocupação com o turismo se tornou concreta, o objetivo era fazer com que a presença de estrangeiros se tornasse constante na cidade. A autorização para instalação

⁵⁹ K.Rimbo era o pseudônimo de Procópio Abdé.

de cassinos foi uma das ações desenvolvidas visando esse fim e ajudou no processo de turistificação da então capital federal.

Os cassinos, que tiveram seu ápice entre 1933 e 1946, foram proibidos no Brasil até os anos de 1920, quando o presidente Epitácio Pessoa permitiu, legalmente, o seu funcionamento, alegando que os recursos arrecadados com os impostos seriam investidos na área de saúde pública. Para serem autorizados a funcionar, eles deveriam fazer parte de complexos balneários que ofereciam tratamentos medicinais (AGUIAR; BARBOSA, *mimeo*).

As casas que levavam “cassino” no nome não eram, necessariamente, apenas espaços de jogos. Elas sediavam também espetáculos de artistas internacionais e outros divertimentos voltados a entreter o público com alto poder aquisitivo, constituindo-se, assim, como locais de sociabilidade. Eles também eram frequentados pelos turistas que estavam na cidade e aproveitavam suas noites com as opções de divertimento disponíveis nesses ambientes. No período de análise deste trabalho, destacamos a criação do Copacabana Cassino Teatro, inaugurado em 1924, que integrava o Copacabana Palace. Como já mencionamos anteriormente, Otávio Guinle pleiteou a construção de uma casa de jogos como forma de garantir o retorno financeiro do alto investimento que estava fazendo para construir o hotel.

Após poucos meses de funcionamento, o presidente eleito Arthur Bernardes cassou a licença concedida ao cassino do Copacabana Palace, o que deu início a uma disputa judicial, vencida por Guinle após quase 10 anos⁶⁰ (PORTO, 2014, p. 45). Nesse período, o litoral brasileiro começara a ser valorizado, tornando-se um atrativo para turistas que encontravam em Copacabana uma luxuosa opção de hospedagem e um centro de diversões noturnas.

O caso do Rio de Janeiro – e do bairro de Copacabana – se encaixa no conceito “termalismo, cassinismo e paisagismo”, desenvolvido na Europa desde o século XVIII. Os tratamentos medicinais nas estâncias termais passaram a ter a concorrência dos balneários marítimos a partir do século XIX, baseando-se no fundamento do uso de águas salgadas e geladas (REJOWSKI et al, 2002, p. 50). Ou seja, a cidade que encantava os visitantes por sua

⁶⁰ Sobre essa disputa travada entre Octávio Guinle e o governo, encontramos alguns pareceres na *Gazeta de Notícias* de profissionais da área jurídica sobre a ação da polícia de tentar impedir o funcionamento do cassino, alegando a proibição de jogos de azar no Brasil, mesmo que as atividades do estabelecimento tivessem sido permitidas através de um mandado judicial concedido à Companhia Atlântica. Em uma delas, temos o parecer de um juiz, favorável à Companhia: “Não basta o fato de se praticarem jogos de azar, para que se justifique a interferência da polícia, quando há casos, excepcionais, embora em que são eles permitidos pela lei. Reconhecida pela autoridade judiciária a validade de uma dessas concessões, não pode o chefe da polícia considerar proibidos os jogos resultantes, enquanto subsistir o decreto oficial, ou pelos meios competentes, se não houver cassado a concessão, ou rescindido o contrato respectivo” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 21 set. 1926, p. 6). Os demais pareceres que encontramos são no mesmo sentido, defendendo a permissão do funcionamento do cassino do Copacabana Palace. Em 1928, outra matéria indica que o mandato de manutenção do cassino foi cassado (GAZETA DE NOTÍCIAS, 12 jul. 1928, p. 6).

beleza natural, possibilitava tratamentos médicos nas suas praias e tinha, no cassino, uma opção de distração.

O cassino do Copacabana Palace foi tema de um texto não assinado na *Gazeta* que retratou, um pouco, do perfil do seu público. Descrito como “elegante e suntuoso centro de atrações”, frequentado por “cavalheiros e senhoras, de alta distinção, uns em bem talhadas casacas, outros ostentando as últimas criações dos mais afamados costureiros de Paris e ricos braceletes e colares”, o repórter ressaltou a presença, em seus salões, da alta sociedade carioca e de estrangeiros – o que correspondia em torno de 70% dos frequentadores, tendo diplomatas, banqueiro, comerciantes e turistas. O texto explicitou que, para entrar naquele ambiente, havia regras determinadas:

Ao contrário dos cassinos da Europa, onde a entrada é paga, no ‘Cassino de Copacabana’ nada se paga, mas é obrigatória a apresentação do cartão de ingresso, que só é concedido a estrangeiros mediante exibição de passaporte e outras peças de identidade, e a nacionais, quando apresentados por suas pessoas de reconhecida idoneidade (GAZETA DE NOTÍCIAS, 17 dez. 1925, p. 2).

É interessante notar que a *Gazeta de Notícias* se posicionava contra a prática de jogos no Brasil. Também em 1925, percebemos isso em uma matéria sobre o assunto, onde lemos: “A moralização dos costumes pela repressão aos vícios, quaisquer que eles sejam, é obra de saneamento social, e para que ela se realize, todos sinceramente nos esforçamos. [...] Faz-se entre nós, atualmente, a campanha contra o jogo”. Para o autor, a repressão deveria ser imparcial para ser justa. “Enquanto se não efetivam buscas ou apreensões em estabelecimentos onde, sabidamente, se desenvolvem os jogos de azar, não permitidos, varejam-se outras casas e nelas a energia das autoridades policiais [...] chega a manifestar-se até com escusada e inútil violência” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 16 abr. 1925, p. 1).

Contudo, apesar desse posicionamento, no que concerne ao cassino do Copacabana Palace, era recorrente no jornal a exaltação às suas demais funcionalidades, reforçando a ideia de que o local oferecia diferentes formas de entretenimento para seu público. Entre os eventos ocorridos nos salões do empreendimento, a *Gazeta* exaltou a apresentação da trupe dirigida pela “famosa bailarina Maria Olenewa, tão vantajosamente conhecida em todos os grandes teatros do mundo” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 02 fev. 1924, p. 4) e da “nova revista da ‘troupe’ Randall”, que levava um grande público para aquele “elegante teatro, onde se reúne a ‘elite’ carioca e os finos ‘touristes’” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 15 ago. 1924, p. 8). Elogiou o elegante “‘réveillon’ da noite de Reis, no ‘grill-room’ do Cassino de Copacabana” (GAZETA

DE NOTÍCIAS, 08 jan. 1926, p. 5) e a comédia musicada “Um bom garçom”, apresentada por Louis Hiller (GAZETA DE NOTÍCIAS, 24 jun. 1927, p. 10).

Em 1929, o jornal informou que o salão do cassino também seria utilizado para o baile à fantasia do Copacabana Palace:

O baile à fantasia de sábado, 9 de fevereiro, no Copacabana Palace Hotel, terá proporções extraordinárias, pois, ligados aos demais salões, os do antigo Cassino servirão também às danças. Assim, jamais houve um baile de tão grandes margens, no Rio, como esse a que nós estamos referindo (GAZETA DE NOTÍCIAS, 15 jan. 1929, p. 4)

Em todas as notícias apresentadas, e em outras tantas que observamos na *Gazeta de Notícias*, não vemos referência ao espaço como casas de apostas ou de jogos. Nem mesmo as propagandas inseridas nas páginas do diário faziam qualquer menção a essa funcionalidade. Eram sempre voltadas para os espetáculos, mencionado o local como familiar.

Figura 26 – Propaganda de evento no Cassino do Copacabana Palace



Fonte: Gazeta de Notícias, 1º de fevereiro de 1924, p. 10.

A partir de 1927, encontramos notícias recorrentes sobre bailes carnavalescos no cassino Beira-Mar Cassino⁶¹, espaço de diversão da alta sociedade carioca, sendo referência de

⁶¹ A construção desse cassino se deu em 1921, durante o governo de Carlos Sampaio na prefeitura do Rio de Janeiro. Foram projetados para o local um hotel e um restaurante envidraçado para recepcionar os turistas estrangeiros que chegassem para a Exposição do Centenário. A obra, contudo, foi abandonada e a Sociedade Anônima Rio Cassino, interessada em se solidificar como casa de jogos e diversões noturnas, se candidatou para dar continuidade. A empresa faliu, deixando de pé apenas uma estrutura, que ficou assim durante a Exposição e nos anos seguintes. Em 1924, a prefeitura comprou o espaço num leilão e, depois da abertura de uma concorrência para interessados em finalizar a obra, os empresários Nicolino Viggiani e Paulo Laport se associaram e sugeriram transformar a estrutura erguida em teatro. E assim foi feito. Em 1926, foram inaugurados o Teatro Cassino e o Beira-Mar

elegância, luxo e modernidade, onde se realizavam eventos com artistas internacionais e servia de opção de lazer noturno também para os turistas estrangeiros que visitavam o Rio de Janeiro, inclusive no período carnavalesco. Durante as festas momescas, a *Gazeta* não poupava elogios aos bailes realizados no local:

Quatro suntuosos bailes estão marcados para os dias de hoje, 27, 28 e 1º. Serão quatro noites magníficas a serem gozadas pelos foliões que comparecerem ao Beira-Mar Cassino, foliões de espírito fino, todos os quantos saibam divertir-se com elegância e distinção (GAZETA DE NOTÍCIAS, 26 fev. 1927, p. 10).

Em 1928, novamente as festas desse cassino eram divulgadas no periódico, que destacou a procura por mesas. A nota afirmou que, no ano anterior, todos os dias de evento foram muito animados, sem nenhum problema que “diminuisse seu brilho” e informou que, naquele ano, “os dois luxuosos salões, Indiano e Renascença, serão ornamentados a capricho, havendo surpresas que muito contribuirão para o brilhantismo dos quatro grandiosos bailes que marcarão mais um triunfo para o Beira-Mar” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 10 fev. 1928, p. 4). O reconhecimento do requinte desses bailes foi dado pela publicação de notas na coluna “Binóculo”:

Em matéria de bailes durante o Carnaval, é fora de dúvida que o Cassino Beira Mar conquistou, nesta capital, o bastão de líder. Na verdade, o Cassino Beira Mar soube dar a seus bailes carnavalescos um cunho de alta distinção e fina alegria.

Esse ano, o Cassino Beira Mar vai reafirmar-se, isto é, levar a efeito quatro grandes “soirées” à fantasia, que constituirão a nota sensacionalmente “chic” dos aludidos festejos. Para isso, contratou artistas para ornamentar seus salões e já tem marcadas quase todas as mesas para as quatro noites.

E marcadas pela “elite” da nossa sociedade. Assim, fácil se torna prever o que vão ser os quatro bailes do Cassino Beira Mar (GAZETA DE NOTÍCIAS, 12 fev. 1928, p. 5).

A “Binóculo” continuou veiculando notas de exaltação aos bailes do Beira-Mar nos dias subsequentes, sempre frisando as características que os identificavam com a alta sociedade carioca. Elogiou a iluminação, a decoração e pintura dos salões, feitas por “caricaturistas consagrados” e afirmou que, desde que começou a fazer esses eventos, o Beira-Mar se impôs pelo “caráter ‘chic’” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 14 fev. 1928, p. 5). Após os eventos realizados, a coluna publicou notas enaltecendo os bailes, que foram repetidos nos anos seguintes, sempre destacados como ponto de encontro da sociedade elegante do Rio de Janeiro.

No carnaval de 1929, além de todos os elogios feitos aos eventos do cassino, como vimos nos anos anteriores, a *Gazeta* contou que, por lá, “passarão não só as figuras de maior representação no meio, como ainda os turistas que, certamente, atraídos pela fama do Beira-

Cassino, com fachadas idênticas, que foram se consolidando como um centro de diversões noturnas na cidade do Rio de Janeiro (SANTUCCI, 2005, p. 32).

Mar Cassino por suas festas e decorações e ótima escolha de frequência, saberão onde devem ir pra se divertir a valer” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 01 fev. 1929, p. 3).

Mesmo fora dos períodos da festa carnavalesca, o cassino Beira-Mar era frequentado pelos turistas que aportavam no Rio de Janeiro. Tanto que, pelo menos em 1928 e 1929, a casa organizou eventos em homenagem aos viajantes da embarcação “City of Los Angeles”. No primeiro ano, Aracy Cortes, uma das poucas mulheres cantoras que fizeram sucesso na década de 1920, e o sambista Sinhô estavam entre os nomes que se apresentaram durante a festa. A ideia foi pensada às pressas, tendo pouco planejamento, mas parece ter sido um sucesso visto que, no ano seguinte, segundo a *Gazeta de Notícias*, o próprio diretor da excursão fez questão de solicitar uma celebração como aquela, desejo prontamente atendido pelo empreendimento (GAZETA DE NOTÍCIAS, 8 nov. 1929, p. 8).

A criação do cassino Beira-Mar fez parte do momento da história do Rio de Janeiro no qual o turismo passou a ser, efetivamente, uma preocupação governamental. Com a eleição de Antônio da Silva Prado Júnior para a prefeitura, em 1926, o desenvolvimento turístico da cidade foi traçado como objetivo do poder executivo municipal. Para desenvolver o plano de remodelação e extensão da cidade, após a obtenção da aprovação do Conselho Municipal, ele contratou o urbanista francês Alfred Agache para fazê-lo. A ideia era solucionar o problema do intenso crescimento populacional e inserir a cidade-capital no cenário do turismo internacional (PREFEITURA DO DISTRITO FEDERAL, 1930, p. 71). Na *Gazeta de Notícias*, as expectativas com a nomeação do novo prefeito foram expressas da seguinte forma:

A propósito vale a pena assinalar que as ideias do futuro prefeito não pecam por desajeitadas. São felizes, porque, como sustenta, o Rio não deve ser somente a capital política da nação, mas centro de intelectualidade, de arte e de civilização, a atrair os estrangeiros seduzidos pelo esplendor das suas belezas naturais, superiores às da Riviera” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 31 out. 1926, p. 1).

O comprometimento de Prado Júnior com a questão turística foi, inclusive, mencionado em um relatório reproduzido pela *Gazeta*, redigido pela direção da Companhia de Hotéis Palace aos seus acionistas. Nele, afirmou-se:

Ao terminar não podemos deixar de consignar toda a nossa simpatia e admiração pelo esforço do benemérito Prefeito Prado Junior, no sentido de incentivar e propagar o turismo, estendendo a sua ação a todos os problemas a ele ligados, diretamente, auxiliando com seu prestígio e o seu concurso as iniciativas honestas e indiretamente, preparando a cidade e tornando acessível aos turistas todos os seus encantadores recantos (GAZETA DE NOTÍCIAS, 06 mar. 1929, p. 7).

O relatório referia-se a um novo fechamento do cassino do Copacabana Palace realizado pela polícia, em junho de 1928, e aos problemas financeiros causados por essa ação, pois uma importante fonte de renda para a Companhia Atlântica, que arrendava a casa de jogos, encontrava-se inoperante. O texto ressaltou que um alto investimento foi feito, tudo devidamente legalizado conforme acordado com o governo de Carlos Sampaio à época da construção, e que agora restava aguardar as decisões judiciais. Relatava que já havia diminuído o número de turistas estrangeiros que se hospedava ali e que eles se queixavam sobre a falta de divertimentos noturnos na cidade voltados a atender esse nicho social. Um outro elemento destacado no relatório foi o surto de febre amarela, apesar de estar controlado, que também afastou os turistas da cidade (GAZETA DE NOTÍCIAS, 06 mar. 1929, p. 7).

A exaltação a Prado Junior pode ser interpretada como um reconhecimento real do esforço do prefeito com o desenvolvimento turístico ou uma forma de tentar buscar apoio para a reabertura do Cassino, indispensável para a manutenção da lucratividade do empreendimento e da própria Companhia. O relatório, ainda, fez a seguinte consideração: “Os seus inteligentes e ingentes esforços numa época normal, teriam colocado esta cidade entre as de maior interesse a ser visitada, mas, se as circunstâncias de momento o não tem auxiliado, a sua obra fica, e a gratidão dos cariocas ele a mereceu”, referindo-se ao atual prefeito (GAZETA DE NOTÍCIAS, 06 mar. 1929, p. 7).

Uma das ações de Prado Júnior visando o desenvolvimento do turismo foi o investimento em propagandas da cidade no exterior, como no caso do carnaval de 1929, que, apesar de já termos citado anteriormente, veremos com mais detalhes adiante. Todavia, desde o início do seu mandato como prefeito do Rio de Janeiro, ele colocava essa ação como essencial para incrementar a vinda de turistas. O seu comprometimento com a área foi tema de uma matéria da agência norte-americana *United Press*, feita a partir das declarações de Boise C. Hart, gerente no Brasil do *National City Bank of New York*, que acabara de chegar ao seu país. A *Gazeta de Notícias* reproduziu o texto, que não poupava elogios ao governante brasileiro.

Nas próximas estações de turismo registrar-se-á no Brasil grande aumento no número de visitantes.

O Rio de Janeiro transforma-se rapidamente em um centro mundial de turistas, desenvolvendo firmemente seu comércio com os Estados Unidos. A capital brasileira é reconhecida hoje, como a mais bela cidade do mundo.

[...]

O Sr. Hart referiu-se aos planos do prefeito municipal do Rio de Janeiro, Sr. Antônio Prado Júnior de fazer grande reclame da cidade e de não poupar esforços para tornar o Rio de Janeiro cada vez mais atraente e agradável para os turistas. O prefeito, acrescentou, solicitou do Conselho Municipal um crédito de aproximadamente 429.500 dólares para a propaganda da cidade como paraíso dos turistas e contratou os serviços de um urbanista francês para o estudo dos problemas locais do Rio e

apresentação de sugestões de reforma e aformoseamento geral (GAZETA DE NOTÍCIAS, 04 out. 1927, p. 8).

O investimento na publicidade do Rio de Janeiro no exterior parece ter surtido o resultado desejado. A partir do governo de Prado Júnior, tornaram-se mais frequentes as notas sobre a vinda de visitantes estrangeiros para a cidade. Em fevereiro de 1928, grupos de norte-americanos vieram de Buenos Aires para o Brasil nas embarcações “Giulio Cesare” e “American Legion” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 24 fev. 1928, p. 3). Dias depois, o paquete “Desna” parou no porto carioca para desembarque de visitantes, da mesma nacionalidade, seguindo viagem, posteriormente, para a Inglaterra (GAZETA DE NOTÍCIAS, 29 fev. 1928, p. 4). Em 1930, temos a notícia que foi programada uma caravana com passageiros da Dinamarca, Noruega e Suécia, às terras cariocas e, na sequência, também iriam conhecer São Paulo. A ideia partiu do cônsul brasileiro que desejava inaugurar o turismo entre a Escandinávia e o Brasil (GAZETA DE NOTÍCIAS, 05 fev. 1930, p. 8).

Foi, nesse mesmo momento, que chamou nossa atenção matérias com o título de “Em Cruzeiro de Turismo”, também na *Gazeta de Notícias*. Em uma publicação de fevereiro de 1927, tivemos a informação que dois transatlânticos saíram dos Estados Unidos em datas distintas, iam parar em outros portos sul-americanos, para, então, chegarem ao Rio de Janeiro, onde ficariam por quatro dias para, depois, regressarem para Nova York. Cada um tinha, em média, 350 passageiros, sendo a previsão de chegada do “Laconia” em março e do “Franconia” em maio (GAZETA DE NOTÍCIAS, 11 fev. 1927, p. 2). Sob o mesmo título, em 1928, foram divulgadas as chegadas de duas embarcações com turistas na Baía de Guanabara. A primeira foi o paquete “Cap Polonio”, com 279 passageiros em uma viagem de 75 dias pelas “três Américas” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 15 jan. 1928, p. 4). A outra foi o “Empress of France”, viagem já mencionada terceiro capítulo deste trabalho, com 436 passageiros que aproveitaram os três dias ancorados no porto para percorrer “todos os pontos pitorescos do Rio” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 11 fev. 1928, p. 4).

Outra ação destacada na *Gazeta*, durante o governo de Prado Júnior, foi a inauguração do Restaurante Joá, na estrada da Gávea. O empreendimento era obra da Sociedade Anônima de Viagens Internacionais, que apresentou o melhor projeto na concorrência pública lançada pela prefeitura. Um dos diretores da entidade, em entrevista ao jornal, deixou clara a intenção da iniciativa: “Inaugurando o ‘Restaurant Joá’ outro fim não nos demoveu senão interessar o turismo internacional, fazendo da nossa linda cidade um centro agitado e encantador de turistas”

(GAZETA DE NOTÍCIAS, 05 jan. 1930, p. 3). A SAVI ainda inaugurou outros dois bares, voltados ao mesmo objetivo, o bar Lido e o bar Furnas⁶².

O jornal reproduziu as palavras do engenheiro que ressaltou o papel do prefeito para o desenvolvimento do turismo e a importância do setor para o país:

A ideia grandiosa dessa criação patriótica e extraordinária deve-se ao atual prefeito Dr. Prado Júnior, espírito dinâmico de grande empreendedor, que tem revelado um admirador de visões alargadas de progresso e dotado de admirável cultura e senso estético.

[...]

O turismo, meu amigo, disse, concluindo, é uma necessidade.

Intensificá-lo é dever de todos nós para o progresso e engrandecimento do país (GAZETA DE NOTÍCIAS, 05 jan. 1930, p. 3).

Alguns dias depois, duas fotos do restaurante foram publicadas com a seguinte legenda: “Ao alto, a linda fachada do edifício onde está instalado o ‘Restaurant-Joá’ – construído em estilo colonial. Um pouco abaixo, a parte lateral direita do edifício, descortinando-se num panorama encantador, o mar e alguns ilhas”. A matéria frisava, novamente, a sua importância turística e enaltecia o empreendimento e “sua decoração feita com apurado gosto, o seu mobiliário moderno e adequado e a ótima disposição das suas instalações luxuosas e rigorosamente higiênicas” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 08 jan. 1930, p. 3).

Figura 27 – Foto do Restaurante Joá na *Gazeta de Notícias*



Fonte: Gazeta de Notícias, 08 de janeiro de 1930, p. 3.

⁶² Segundo a mesma matéria da *Gazeta de Notícias*, o bar Lido “construído em chalé normando, localizado no centro de um jardim com quatrocentos mil metros quadrados de área, ao nível da Avenida Atlântica. Diante da fachada correspondente à Avenida, estão sendo ultimadas duas fontes luminosas semelhantes às que se apreciam no Jardim da Glória. Sobre o bar Furnas, o jornal revelou que “dentro de três dias, precisamente, deve ser inaugurado [...], ao lado das furnas da Tijuca” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 05 jan. 1930, p. 3).

Por mais que esse reconhecimento acontecesse em parte da imprensa e nos meios empresariais, naturalmente a preocupação com o turismo de Prado Júnior também recebia muitas críticas porque uma considerável parcela da população passava por problemas graves de saneamento, educação, emprego, moradia, violência. Para seus críticos, a prioridade do governo deveria ser melhorar a vida dos habitantes da cidade e o investimento nessa infraestrutura, além de benefícios para os moradores, também facilitaria no incremento do setor turístico carioca. Sendo assim, percebemos que a mesma imprensa que o apoiava, também usava seu espaço para criticá-lo.

Uma frase escrita no cabeçalho na última página da edição de 25 de janeiro de 1929 do periódico, que levava o título de “Gazeta de Notícias na Cidade”⁶³, é exemplar dessas críticas. Nela dizia-se o seguinte: “Não há meio-termo. Para o turismo a cidade-jardim, para os inquilinos a cidade-pardieiro” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 25 jan. 1929, p. 10). Ao longo da seção e da edição, não vimos qualquer referência direta aos problemas do turismo. Contudo, todas as notícias inseridas abaixo dela são de questões complicadas da cidade como assassinato, o tempo da viagem no bonde, agressão, atropelamento, suicídio. Isso nos leva a entender o uso do termo “cidade-pardieiro” para ilustrar o cenário em que vivia a população do Rio e “cidade-jardim” para ressaltar a versão do Rio de Janeiro que se vendia para os turistas.

Todavia, não achamos que esse era o posicionamento majoritário das publicações da *Gazeta* sobre a relação do prefeito com o turismo. De forma geral, o diário mais elogiava do que criticava Prado Júnior porque reconhecia seu empenho em assuntos relevantes para o jornal, como a inserção do cidade-capital carioca como destino turístico internacional. Os questionamentos pareciam se voltar para a falta de uma organização real no incremento da atividade. Ao que nos parece, o jornal não fazia uma interligação dos recursos utilizados no investimento do turismo aos problemas enfrentados pela população. Eram coisas observadas separadamente, não intervindo uma na outra.

Se no carnaval de 1928, o prefeito havia investido recursos financeiros, inclusive, para propagandar a folia carioca no exterior, em 1929, sua dedicação ao festejo foi ainda maior, objetivando incentivar que turistas da elite norte-americana viessem para curtir os dias de Momo. Segundo Felipe Ferreira (2004, p. 315), “Prado Júnior decidira investir pesado no carnaval do ano seguinte [1929], quando a ‘projeção externa’ da festa ‘seria cuidadosamente

⁶³ No final de 1928 e durante ano de 1929, a última página da *Gazeta* era, recorrentemente, intitulada “Gazeta de Notícias na Cidade”, trazendo notícias sobre questões específicas do Rio de Janeiro. Já nos anos de 1930, eventualmente observamos essa seção nas edições.

preparada mediante a publicidade nos jornais [estrangeiros] e os necessários acordos com as empresas que se incumbem de organizar essas excursões' [...]"

Na *Gazeta de Notícias*, em uma edição de dezembro de 1928, temos a reprodução de um telegrama enviado por Sebastião Sampaio, cônsul do Brasil em Nova York, direcionada ao prefeito. Ele contou que os jornais novaiorquinos relatavam “a impressão de incomparável e profunda admiração do presidente eleito Sr. Herbert Hoover⁶⁴, pela cidade do Rio de Janeiro”. Na sequência, o diplomata escreveu:

Iniciei essa semana a campanha de publicidade sobre o Carnaval do Rio de Janeiro, debaixo dos auspícios da nossa America Brazilian Association, cujo trabalho foi somente possível em vista do auxílio que V. Ex. lhe deu, a qual determinou também o início imediato de uma campanha permanente em favor do turismo para o próximo ano.

São órgãos de publicidade o New York Times, New York Herald, New York Sun, Chicago, Daily Tribune, as Revistas Cafeeiras, além da revista Brazil, da nossa associação. Posso assegurar a V. Ex. que são brilhantes órgãos de publicidade (GAZETA DE NOTÍCIAS, 25 dez. 1928, p. 5).

Essa parte do telegrama demonstra o empenho do prefeito da capital federal brasileira para conseguir divulgar o carnaval carioca no exterior. Fechando uma parceria com a *America Brazilian Association* (ABA), entidade que explicamos no segundo capítulo desta tese, que contou com investimentos financeiros por parte do governante brasileiro, foi possível inserir propagandas nos principais jornais em circulação de Nova York. Mas, para além disso, a mensagem sinaliza outra ação, provavelmente arquitetada por Prado Júnior, visando beneficiar os turistas que viessem no “Pan America”. A Companhia de Hotéis Palace ofereceria descontos para esses visitantes e o *Touring Club* organizaria uma comissão especialmente para recepcioná-los.

Sebastião Sampaio finalizou o telegrama dizendo que o início da divulgação do carnaval carioca, na semana em que o presidente norte-americano voltou da viagem à América do Sul, foi oportuno, pois foi a “maior recepção que jamais ele alcançou em terra estrangeira”, conseguindo o governo brasileiro e o povo carioca provocar “por sua espontânea hospitalidade a maior propaganda nunca feita do Rio de Janeiro” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 25 dez 1928, p. 5).

Enquanto a *Gazeta* anunciava efusivamente a vinda do presidente Hoover e a divulgação dos festejos momescos nos Estados Unidos, vemos que a postura do jornal foi diferente sobre

⁶⁴ Hebert Hoover, depois de eleito e antes da sua posse, fez uma excursão pelos países da América do Sul. Foi o primeiro presidente dos Estados Unidos a vir ao Brasil. Depois da sua passagem por Montevidéu, embarcou no encouraçado norte-americano “Utah” e desembarcou no Rio de Janeiro, em 21 dezembro de 1928, permanecendo por apenas dois dias.

o empenho de Prado Júnior na divulgação do carnaval carioca na Europa. Isso porque a cidade sofria com um surto de febre amarela, que estava sendo amplamente divulgado na imprensa (GAZETA DE NOTÍCIAS 27 jan. 1929, p. 1). A preocupação do periódico era que o prefeito deveria, primeiro, resolver a epidemia para, depois, dedicar-se à divulgação do carnaval carioca. Contudo, não observamos na matéria nenhum indício de que havia uma preocupação genuína com a saúde da população.

Boa ideia. É evidente que o objetivo do governador da cidade é provocar o encaminhamento de turistas, em visita à nossa urbs.

Boa ideia, repetimos. Apenas a propaganda oficializada dos festejos de momo, que o sr. Prado Junior tenciona levar a efeito, vai ser desfeita por outra, quiçá, mais impressionante: a “propaganda” da febre amarela que os jornais estão fazendo.

Não sabemos se o Sr. Prefeito já racionou sobre o assunto. O carnaval é atraente, apenas; a febre amarela é alarmante [...].

[...]

O Sr. Prado Júnior deve começar, portanto, fazendo a antipropaganda do mal amarelo, se é que dispõe recursos para isso. Do contrário, perderá o seu tempo: ninguém virá, desta vez, apreciar entre nós, o... projeto de melhoramentos que o Sr. Agache ainda não fez (GAZETA DE NOTÍCIAS 27 jan. 1929, p. 1).

A crítica do jornalista, não identificado na matéria, da *Gazeta de Notícias* recaiu sobre o problema da febre amarela e suas consequências para o turismo. A doença não era novidade na cidade, tendo seu primeiro registro na primeira metade do século XIX. No início do século XX, Oswaldo Cruz, diretor de Saúde Pública nomeado pelo prefeito Pereira Passos, havia conseguido controlar as doenças epidêmicas que assolavam o país. Mas a febre amarela, ainda que em menor grau, perdurou nas cidades portuárias do Nordeste (LÖWY, 2006, p. 18), sendo considerada estabilizada na então capital-federal.

Quando o novo surto começou, em janeiro de 1928, a diretoria de Saúde Pública, sob comando de Clementino Fraga, não estava preparada. Havia ainda outros fatores complicadores, se comparados aos que Oswaldo Cruz enfrentou. Entre eles, podemos destacar que a cidade contava com mais de um milhão e meio de pessoas e os casos espalhados em diferentes regiões, tornava o controle da doença ainda mais difícil, o que justifica o alarde feito pela imprensa. Fraga retomou as ações de Cruz, reorganizando os serviços de polícia para eliminar os focos criadores de mosquitos, conseguindo, em um ano e meio, acabar com o problema. Se o combate às epidemias era uma condição básica para iniciar a modernização da cidade, mantê-las sob controle era indispensável para dar continuidade a esse processo em andamento no Rio de Janeiro, que já estava incluído no roteiro turístico internacional.

Além da febre amarela, a crítica da *Gazeta* incluía a falta de implementação do plano urbanístico de Agache para a cidade. O prefeito havia conseguido a aprovação dos recursos

financeiros para sua elaboração, mas ele não foi devidamente posto em prática. Ele foi pensado de acordo com os padrões franceses de arquitetura da *École de Beaux Arts* de organização da cidade e representava, na verdade, a segregação socioespacial da cidade (MACHADO, 2008, p. 115).

Contratado em 1926, seu plano projeta uma visão global da cidade, talvez pela primeira vez, buscando dar coerência formal ao que já era um fato físico; aborda as infraestruturas, a circulação, os serviços urbanos, os espaços de costura entre bairros, o zoneamento de acordo com a morfologia do território e, inclusive, os mecanismos de erradicação das favelas, já abundantes na cidade (ANDREATTA, 1957, p.61).

Maurício Abreu (2013, p. 86-87) explicita a clara intenção do plano de fazer com que as classes dominantes controlassem o espaço urbano, relegando às classes populares os subúrbios da cidade. Marcelo Tomé (2008, p. 115) comenta que, em suas pesquisas em jornais e revistas da época, das ideias de Agache eram apoiadas pela maior parte da imprensa, que julgava necessária uma organização espacial segregacionista. Na *Gazeta de Notícias*, observamos algumas notas que corroboram com a posição de Tomé e demonstram a expectativa criada com o plano e com a vinda do urbanista francês, que iria fazer conferências na cidade para apresentar suas ideias⁶⁵. Em uma dessas notas, a questão dos bairros pobres era indicada como “seu problema mais grave e urgente” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 25 jun. 1927, p. 1).

A visão da *Gazeta* não surpreende, justamente, por ser um jornal claramente apoiador da modernização da cidade e que, por isso, acabava defendendo um espaço geográfico segregado entre os grupos sociais. Um dos resultados desse processo foi o aumento das favelas no Rio de Janeiro, nos anos 1920, como alternativa de moradia para as camadas mais pobres da sociedade. Contudo, em um município entremeado por morros, a favelização impediu o recorte de um cenário perfeito à sua classificação como moderna, impactando, sobremaneira, o ideal turístico que se pretendia estabelecer. Esse processo é indissociável da urbanização tão almejada pelas elites, por parte da imprensa e pelos governantes. Ao passo em que se avançava em muitos sentidos no fortalecimento da cidade-capital como destino turístico, esses outros aspectos parecem, em alguma medida, frear a corrida nessa mesma direção.

Por outro lado, os habitantes das favelas e dos subúrbios são fundamentais durante o carnaval, festa com um forte poder de atração de turistas para o Brasil. O Rio de Janeiro conviveu, e ainda convive, com essa dualidade. Seu objetivo de se tornar uma cidade turística,

⁶⁵ Observamos notas publicadas nas seguintes edições da *Gazeta de Notícias*: 03 jun. 1927 (p. 7); 11 jun. 1927 (p. 3); 24 jun. de 1927 (p.1).

“civilizada” e moderna, passa necessariamente por um evento que, apesar das tentativas de ordenamento, tem sua essência formada por aqueles que se pretendem esconder.

Talvez por ser resultado dessa mistura de classes sociais, o carnaval, apesar dos problemas da cidade, continuou a seduzir turistas. Dois dias depois da publicação da matéria em que critica a divulgação do Rio de Janeiro na Europa feita pelo governo municipal, a *Gazeta de Notícias* voltou a se referir à parceria de Prado Júnior com a ABA, em Nova York, e reproduziu um outro telegrama de Sebastião Sampaio dizendo que o empenho da prefeitura na propaganda do Brasil naquele país estava surtindo efeito (GAZETA DE NOTÍCIAS, 29 jan. 1929, p. 2) e nada falou sobre o problema da febre amarela.

De acordo com a mensagem, o navio “Pan America” partiu, naquele dia, com todos os camarotes ocupados para o carnaval do Rio, que aconteceria na segunda semana de fevereiro, e enfatizou que a procura foi o dobro do ano anterior. O jornal não colocou seu posicionamento objetivamente, mas em decorrência de uma análise da sua postura sobre o tema, percebemos um apoio a essa ação conduzida pela ABA.

No mencionado navio, além dos foliões norte-americanos para curtirem o carnaval carioca, também vieram as novidades da moda norte-americana, “originalíssimas prendas e cotillons, idênticas as que estão em uso nas grandes cidades yankees, como Nova York, Los Angeles, California e Chicago” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 10 fev. 1929, p. 3). O diário ter mencionado tal fato ratifica a sua constante preocupação em qualificar o carnaval carioca como uma festa à altura do que ele considerava como padrão de modernidade e “civilização”, tendo como base os Estados Unidos e os países europeus.

A *Gazeta* já havia feito referência, anteriormente, a uma reunião do *Touring Club* do Brasil na qual citou a vinda dos norte-americanos para o carnaval carioca. Luiz Pereira, um dos diretores da entidade, comentou a importância de se formar uma comissão especial para recepcioná-los, que deveria ser formada por membros da instituição e da prefeitura (GAZETA DE NOTÍCIAS, 18 jan. 1929, p. 2). Na verdade, Sebastião Sampaio, no telegrama enviado a Prado Junior, em 1928, havia divulgado essa comissão de recepção como parte da propaganda nos Estados Unidos para incentivar a vinda de turistas para os festejos momísticos. Ainda que estejamos nos referindo a um grupo específico – que no volume geral das pessoas que curtiam o carnaval carioca era ínfimo – o esforço para que ele tenha a melhor impressão do evento e da cidade revela o comprometimento do *Touring Club* e da prefeitura com o desenvolvimento do turismo no Brasil.

Na mesma matéria sobre essa reunião, um dos sócios da instituição, Randulpho Chagas, fez uma apresentação sobre o crescimento do turismo na Europa, dando destaque para o caso francês, observado por ele em um artigo publicado no *Le Journal*, enquanto estava em Paris:

[...] verifica-se que, em 1917, a França foi visitada por 833.531 ingleses, 225.000 americanos... 534.681 espanhóis e 60.000 holandeses. Avalia-se, pois, em cerca de 7 bilhões de francos a soma dispendida por esses forasteiros e segundo o cálculo feito pelo presidente Hoover, os americanos gastam anualmente na Europa, cerca de 10 bilhões de francos, dos quais um terço na França (GAZETA DE NOTÍCIAS, 18 jan. 1929, p. 2).

Na sequência dos dados, a matéria indicou que esse resultado decorreu do investimento feito pelos governos europeus na indústria do turismo e apresentou o pedido do senhor Chagas para que o *Touring Club* requisitasse ao nosso governo ações para desenvolver o turismo no Brasil, de forma a tornar conhecida nossas riquezas, atraindo, assim, mais viajantes para o país. Por mais que o turismo estivesse entre os objetivos da gestão do prefeito atual, os membros da entidade solicitavam mais empenho do poder público no desenvolvimento do setor.

Podemos perceber que o prefeito Prado Júnior se empenhou para que o carnaval de 1929 fosse perfeito. Ele determinou que o diretor de Fazenda pagasse às grandes sociedades o auxílio financeiro determinado por lei (GAZETA DE NOTÍCIAS, 16 jan. 1929, p. 3), que, à época, representavam o ápice da folia carnavalesca. O investimento nas propagandas no exterior também trouxe resultado. Além do navio “Pan America”, vindo dos Estados Unidos, tivemos a presença de jornalistas argentinos “encarregados de reportagens sensacionais [...] sobre os festejos de Momo na metrópole brasileira” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 05 fev. 1929, p. 3) e de turistas desse mesmo país, chilenos e uruguaios.

Os vapores que vêm de Buenos Aires com rumo norte trazem quase cheias as lotações, em vista do crescido número de turistas argentinos e mesmo chilenos que ali embarcam com destino ao Rio de Janeiro por motivo da proximidade das festas do Carnaval.

Em Montevideú da mesmo forma são muitos elevados os coeficientes de embarque nos últimos dias, acentuando-se também o fato de terem aumentado, com dias e dias de antecedência, as encomendas de passagens pedidas para Buenos Aires e reservadas os transatlânticos, todas elas de uruguaios que pretendem passar o período de Momo na capital brasileira, considerando-se que este ano, com o apoio da Municipalidade carioca, as festas carnavalescas do Rio, já de si tidas como as mais brilhantes e concorridas do mundo, terão fulgor excepcional (GAZETA DE NOTÍCIAS, 3 fev. 1929, p. 3).

Na sexta-feira, véspera do início da folia, aportou na Baía de Guanabara a embarcação “Duchess of Athol”, “com centenas de filhos milionários” que estavam em um cruzeiro de 104 dias, saído de Nova York e indo até Southampton, na Inglaterra. Contudo, eles partiram no domingo à tarde, não tendo oportunidade de vivenciar o carnaval carioca para a decepção do

jornalista da *Gazeta*, que afirmou: “Os turistas não vinham assistir o nosso Carnaval...Ficamos esmagados” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 9 fev. 1929, p. 10). Ainda que eles não tenham ficado para os festejos, a presença deles no Brasil⁶⁶ sinaliza que o país fora incluído em rotas turísticas internacionais, ou seja, o objetivo de fomentar o turismo no Brasil, que também era uma das metas do prefeito Prado Júnior, parecia estar bem encaminhado.

O sucesso desse carnaval contava, ainda, com a participação dos clubes cariocas que realizavam eventos internos em seus salões. Eles produziam bailes suntuosos e faziam questão de divulgar a reserva de mesas para os turistas, como o *High-Life*, que “[...] está um mimo, luxuosamente decorado, com iluminação redobrada [...]” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 07 fev. 1929, p. 3). O Club de São Cristóvão informou que os viajantes estrangeiros a bordo do “Pan America”, “[...] por radiogramas solicitaram a membros de destaque da colônia yankee, aqui domiciliados, que lhes reservassem convites (GAZETA DE NOTÍCIAS, 07 fev. 1929, p. 3). O Assyrio destacou que “inúmeras as mesas já reservadas [...] para os touristes que vêm ao Rio especialmente assistir as festas em honra a Momo, o rei da folia e da galhota. Essa procura se justifica pela fama de que os bailes do Carnaval do Assyrio são insuperáveis” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 08 fev. 1929, p. 5).

O evento daquele ano tinha tudo para ser excepcional. Pela primeira vez, o carnaval foi organizado pela prefeitura, dando um caráter oficial ao festejo. A cidade foi ornamentada e as sociedades prepararam seus préstitos para encantar a todos que estivessem por lá. No entanto, uma chuva torrencial se abateu sobre o Rio de Janeiro durante os dias de folia. As celebrações não foram tão animadas como nos anos anteriores, exceto no último dia, ao menos na visão da *Gazeta de Notícias*:

O povo, porém, nos primeiros dias, sempre esperando que o dia seguinte decorresse num estio cheio de sol, absteve-se da pagodeira embriagadora, fugindo à chuva. Passou-se um dia, outro, outro. Enfim o terceiro. Na quarta jornada do rei do folião, na sua capital, o povo vendo que não havia mais que esperar pela benignidade do tempo que se mostrou tão anticarnavalesco, apesar de despejar do céu as suas bisnagas inodoras, resolveu festejar a sua entidade predileta de qualquer forma (GAZETA DE NOTÍCIAS, 14 fev. 1929, p. 7).

A celebração momesca aconteceu naquele ano, mas, ao que parece, não foi a mesma coisa. As pessoas saíram de suas casas para brincar, alguns ranchos colocaram seus préstitos nas ruas e duas grandes sociedades – os Fenianos e os Pierrots das Cavernas – desfilaram pela

⁶⁶ Alguns dias depois desses turistas terem partido, a *Gazeta de Notícias* publicou uma nota em que os viajantes ingleses que estavam a bordo do navio relataram, quando já estavam em Buenos Aires, que “ficaram empolgados com a beleza do Rio de Janeiro, lamentando que a estadia desse pacote ali tivesse sido tão curta” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 15 fev. 1929, p.3)

Avenida Rio Branco, porém, as fantasias molhadas não tinham o mesmo brilho. Não se pôde observar a iluminação e a decoração feitas, especialmente, para os dias de folia. A tentativa de oficialização de Prado Júnior teve seu mérito por projetar o carnaval carioca internacionalmente, mas foi um fiasco, sendo o projeto retomado apenas no governo de Pedro Ernesto, dois anos depois (FERREIRA, 2004, p. 319).

Independente disso, a *Gazeta* divulgava e elogiava as ações de Prado Junior que seguiam na direção de incentivar o turismo no Rio de Janeiro. Até mesmo no caso do carnaval, ela publicou um texto em que isentou o prefeito da responsabilidade pelo resultado da folia naquele ano, enquanto “alguns diários, talvez devido à ‘ressaca’ proveniente dos folguedos carnavalescos, apontaram-no como culpado de haver chovido nos três dias da Folia! Se o prefeito – disseram – não tivesse patrocinado o Carnaval, ‘com certeza’, não teria chovido” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 14 fev. 1929, p. 1).

Um desses eventos exaltados pela *Gazeta* foi a realização da Feira de Amostras do Distrito Federal. A sua realização veio na esteira da modernização do Rio de Janeiro e relacionava-se à ideia das exposições internacionais, que vinham acontecendo desde 1851, quando ocorreu a primeira edição em Londres (SEGAWA, 2019, p. 20). Em sintonia com as diretrizes do capitalismo que se impunham no mundo, o Rio de Janeiro precisava se expor mais, mostrar aos demais países que estava em sintonia com esse modo de produção para conseguir se fincar, indubitavelmente, como destino turístico internacional.

A nota do periódico destacou que a cidade já recebia milhares de visitantes estrangeiros por conta de suas belezas naturais e que, em decorrência disso, surgiu a ideia de ampliar a propaganda da capital federal como forma de incentivar a vinda de mais visitantes internacionais. A feira era parte do plano de turismo da administração municipal e uma oportunidade de mostrar aos presentes os recursos comerciais, industriais e agrícolas da cidade (GAZETA DE NOTÍCIAS, 04 fev. 1928, p. 1). Esse tipo de evento guardava uma importância significativa na gestão municipal e constava do plano Agache, sendo pensado, até mesmo, um espaço reservado para ele:

Deste modo, a feira estaria na proximidade imediata da estação central e do porto, em relação direta, pela avenida e o canal do Mangue, com o centro comercial e, pelo boulevard circular e a avenida transversal de Copacabana, com todos os outros bairros, aristocráticos ou operários (PREFEITURA DO DISTRITO FEDERAL, 1930, p. 186)

Embora o local proposto não tenha sido criado, o projeto do certame foi levado em frente. Entretanto, em outubro de 1927, Prado Junior e o presidente Washington Luís optaram

por fazer uma espécie de teste, realizando a Feira de Amostras de Produtos Brasileiros, que ocupou algumas salas que pertenciam ao Instituto de Propaganda de Produtos Brasileiros, na Avenida Rio Branco. O sucesso alcançado deu impulso para a próxima etapa, que foi autorizada por um decreto publicado em janeiro de 1928, sendo chamada de Feira de Amostras do Distrito Federal. Foi inaugurada em 30 de junho do mesmo ano, no Palácio das Festas e em outros espaços da Exposição do Centenário de 1922 (SEGAWA, 2019, p.21).

Por sugestão do próprio prefeito, a primeira edição ficou limitada aos produtos do Rio de Janeiro estendendo-se, no ano seguinte, aos demais estados brasileiros para, em 1930, abrir espaço para os demais países. Os motivos para a exclusão dos outros estados não ficaram tão claros, mas, entre eles, estava “a exiguidade do tempo para que comparecessem, convenientemente os Estado da Federação, que apesar de vizinhas da capital da República, não poderiam aparelhar-se e concorrerem de um modo compatível com o adiantamento e o desenvolvimento de suas indústrias” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 17 fev. 1928, p. 10). A feira de 1928 contou com a presença de 200 expositores, tendo oferecido opções de divertimentos, com objetivo de atrair a população para o local⁶⁷, e foi encerrada no dia 29 de julho.

Enquanto organizava-se a edição brasileira, observamos na *Gazeta de Notícias*, alguns convites para que o país participasse de eventos semelhantes em outras partes do mundo. Por falta de verba, recusou-se a participação na Feira de Amostras de Leipzig, na Alemanha, fato criticado pelo periódico que pontuou: “Nem parece que somos uma nação preocupada em conquistar mercados e em fazer a propaganda dos nossos produtos”. (GAZETA DE NOTÍCIAS, 24 fev.1928, p. 2). Já na edição argentina, realizada em outubro, o país confirmou sua presença e pôde exibir “toda a exuberância sadia do seu solo, a atividade individual de seus filhos, a inteligência de suas indústrias, as prodigiosas riquezas naturais, e enfim as grandes possibilidades econômicas” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 20 mar. 1928, p. 4). Em Paris, o Brasil fez-se representar através do Pavilhão do Mate Brasileiro, com a presença do embaixador, dos seus funcionários e do Consulado, e dos estandes de café da Casa Brasil e da Sociedade de Franco-Paulista (GAZETA DE NOTÍCIAS, 16 maio 1928, p. 10).

Como o planejado, na edição de 1929, os outros estados brasileiros foram convidados insistentemente pela Comissão Executiva, mas nem todos compareceram (GAZETA DE NOTÍCIAS, 7 jul. 1929, p. 1). São Paulo, Rio Grande do Sul, Paraná e Pará foram alguns dos aceitaram participar. No ano seguinte, a Feira de Amostras foi aberta aos demais países, tornando-se, assim, internacional. Em nossas pesquisas na *Gazeta de Notícias*, notamos

⁶⁷ Para exemplificar os tipos de divertimentos oferecidos para os visitantes tivemos o Dia da França, celebrado em 14 de julho, e apresentações musicais no Salão de Arte (GAZETA DE NOTÍCIAS, 13 jul. 1928, p. 3).

recorrentes citações apenas à representação portuguesa, mas, ainda que não tenha contado com a participação dos outros países, podemos considerar que o primeiro passo havia sido dado para chamar a atenção de outras nações.⁶⁸ “Esse acontecimento de grande significação econômica, destina-se a dar ao Rio motivos de atração turística, graças aos poderosos interesses industriais, mercantis, etc. que a 1ª Feira Internacional congrega e reúne” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 03 jul. 1930, p. 3).

Inaugurada em 9 de agosto de 1930, vemos a preocupação dos organizadores com a possível presença de público estrangeiro, por instalarem um bureau de informações sobre o Brasil no evento, com intérpretes de espanhol, francês, inglês, italiano e alemão. Segundo a *Gazeta*, no segundo dia da feira, o bureau atendeu “cerca de 250 pessoas, em sua maior parte estrangeiras” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 12 ago. 1930, p. 5). O oferecimento desse tipo de serviço voltado para o público estrangeiro corroborava com a intenção de atrair visitantes para o país, mas também com o objetivo comercial do evento, que era a realização de negócios e o fechamento de contratos, com vantagens econômicas para os compradores e vendedores.

Na verdade, percebemos, em nossa análise do periódico, que, além da constante divulgação de ações que fomentassem o turismo, a *Gazeta de Notícias* preocupava-se também com a repercussão dos problemas da então capital federal entre os turistas. Os casos das enchentes que ocorriam, sistematicamente, na cidade são exemplos para ilustrar essa questão, principalmente, quando ocorriam nas proximidades ou durante do carnaval, como vimos no caso das celebrações de 1929, pois era o momento em que se percebia um fluxo considerável de turistas para o Rio de Janeiro.

A *Gazeta de Notícias* abordou esse assunto em, pelo menos, dois anos seguidos, enfatizando a má impressão que as chuvas causariam aos turistas que viessem para o carnaval carioca. Em 1928, escreveu que o turismo foi “uma das bandeiras que o Sr. Prefeito trouxe para a sua obra de engrandecer o Rio” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 27 fev. 1928, p. 1). Contudo, o periódico argumentou que, sem investir em soluções que resolvessem a situação de forma definitiva, esse objetivo não se concretizaria. Isso porque as águas, não só causavam muitas mortes, como também “transformam as ruas em pantanais, parando o tráfego”, impedindo de exibir a beleza da cidade.

⁶⁸ A Feira de Amostras continuou a ser realizada ao longo da década de 1930. Segundo Hugo Segawa (2019, p. 23), na edição de 1938, Alemanha, Argentina, Bélgica, Estados Unidos, Finlândia, França, Holanda, Inglaterra, Hungria, Itália, Polônia, Portugal, Uruguai e Venezuela e Japão mandaram representações, sendo que alguns desses países, como Portugal, Alemanha e Suécia montaram seus próprios pavilhões.

Em janeiro de 1929, uma nova matéria sobre o assunto. Para mostrar sua posição, o diário usou uma história fictícia de dois turistas, um norte-americano e um francês, que tinham passado um dia muito agradável na cidade e que, à noite, foram jantar. Ao saírem do restaurante, caíram na água. Ironicamente, o jornalista escreveu:

Ao chegarem em sua terra contarão maravilhas de nossa capital... explicarão o que foi a volta de ambos para o hotel, nessa noite, e com isso, estamos certos, farão uma bela propaganda do Rio. Não há dúvida: uma cidade em que se sai para o trabalho ou a passeio de bonde ou de automóvel e em que se volta de lancha ou a nado, é um passeio de delícias...

[...]

Pois, se ainda ontem, alguns turistas haviam em nossa cidade, estamos certos de que farão reclame gratuita e valiosa dela (GAZETA DE NOTÍCIAS, 4 jan. 1929, p. 10).

Por mais que ocorressem problemas, como das enchentes ou das subvenções destinadas aos grupos carnavalescos, a *Gazeta de Notícias* também evidenciava o que considerava como sendo mudanças positivas nos dias de Momo. Em 1926, foi publicado um texto sobre o Rio de Janeiro ter conquistado a fama internacional de “Cidade do Carnaval”, atraindo “foliões carnavalescos”, “turistas curiosos que preferiam, a conhecer-nos nos dias de trabalho e de reflexão, ver-nos no auge da alegria carnavalesca”. Na continuação da notícia, o jornalista, fazendo uma comparação com a folia de seis ou oito anos atrás, indagou se o carnaval estaria em decadência ou em evolução. E respondeu a sua própria pergunta com um novo questionamento: “teria ele mudado, ou fomos nós que mudamos?” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 14 fev. 1926, p. 1).

Naturalmente, há um otimismo exacerbado na matéria, mas ela indica que um caminho estava sendo percorrido pela cidade do Rio de Janeiro. Os jornais indicavam um real aumento no número de turistas adentrando pela Baía de Guanabara, na época das celebrações de Momo. E, simultaneamente, uma parte da própria festa ia tomando uma nova feição, tornando-se mais comercial e mais adequada a esse público. A cidade-capital brasileira continuava abrigando uma multiplicidade de estilos de folia, mas o modelo “civilizado” era o vendido para o exterior, e encantar os visitantes que aportavam por aqui.

Na *Gazeta de Notícias*, podíamos ler no cabeçalho da edição de 11 de janeiro de 1929, um questionamento importante: “O turismo não subvenciona o Carnaval. Será que o Carnaval subvencione o turismo?” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 11 jan. 1929, p. 3). Na leitura do periódico, não há qualquer notícia que tenha relação com o tema, porém, a pergunta evidencia um laço íntimo que estava se estabelecendo entre as duas áreas. A maior parte das notícias sobre vinda de turistas para o Rio de Janeiro, nos diários que pesquisamos, concentram-se nas proximidades dos festejos carnavalescos. Portanto, era iminente – e necessário – que o setor,

em pleno desenvolvimento no país, aumentasse os investimentos nessas celebrações, sendo esta também uma forma de aumentar sua lucratividade.

Muitas outras notas e notícias foram publicadas na *Gazeta de Notícias* sobre o carnaval carioca durante o período recortado por esta pesquisa. E todas elas corroboram com a visão que elaboramos sobre a folha, depois de nos debruçarmos sobre ela: o periódico coloca-se como partidário da modernização da cidade e, conseqüentemente, do carnaval. Outrossim, não exaltaria com eloqüência e constância as ações que vão nesta mesma direção, entre elas, o incremento do turismo. Porém, faz parte desse processo indicar suas deficiências e entraves, não só para mostrar uma visão mais próxima à realidade, mas, sobretudo, para elencar elementos que precisam ser melhorados.

Nesse sentido, a *Gazeta de Notícias* tornou-se um espaço privilegiado para as demandas do setor turístico que buscava, nesse momento, financiamentos públicos e incentivos para a melhoria de setores como o de transportes, hospedagens, opções de lazer e divertimento que fizessem aumentar o fluxo de visitantes para o Rio de Janeiro. O amplo espaço dedicado às ações do *Touring Club*, que possui um papel chave no início da organização do setor turístico brasileiro, ao longo das décadas de 1920 e 1930, as detalhadas matérias sobre a chegada de grupos de turistas estrangeiros ao Rio de Janeiro e a descrição das visitas que realizavam às atrações da cidade são parte desse processo. Ao mesmo tempo, ao divulgar e promover o carnaval carioca, o periódico acabava atraindo mais anunciantes, que lucravam com a folia, e influenciava a própria concepção da festa, que era vendida como característica da cidade. Esse modelo defendido pela *Gazeta de Notícias* era o mesmo que as autoridades governamentais utilizavam para trazer mais turistas para celebrar os dias de festa em homenagem a Momo.

Considerações finais

O pesquisador Haroldo Costa, na apresentação do livro de Eneida Moraes (1987, p. 12), afirma: “difícil acreditar que o carnaval não tenha sido uma invenção brasileira, ou melhor, carioca. Não foi, é verdade, mas poderia ou deveria ter sido”. A folia momesca ganhou, no Rio de Janeiro, particularidades, que fizeram dela um traço da sua identidade cultural, dando-nos a impressão de que, realmente, o carnaval nasceu nesta cidade. A fusão da influência dos grupos populares com o desejo das elites por uma festa “civilizada” resultou em uma celebração singular.

Foi esse carnaval, sua relação com o nascente setor turístico brasileiro e a imprensa, mais especificamente o periódico *Gazeta de Notícias*, o foco de estudo deste trabalho. Procuramos demonstrar como os eventos carnavalescos e as atividades turísticas desenvolveram-se na cidade do Rio de Janeiro apoiados pela chamada grande imprensa que, durante o período do nosso recorte (1922 – 1932), tinha uma posição quase unânime de apoio às práticas modernizadoras implementadas pelos poderes públicos.

Nossa análise permitiu-nos chegar a algumas conclusões que serão expostas a partir de agora. Contudo, não temos a pretensão de afirmá-las como verdades imutáveis e acabadas porque temos consciência de que os estudos históricos, concebidos como parte das ciências humanas, estão sujeitos a constantes atualizações e revisões. A história, enquanto disciplina, não se apresenta enrijecida. A lógica é simples: novas fontes e outros historiadores lançam, sobre os fatos, seus olhares, perspectivas e interpretações, que abrem caminhos diferentes, mas que não invalidam os conhecimentos produzidos anteriormente.

Dito isso, prosseguimos às nossas considerações finais. Entendemos que o carnaval, na década de 1920, estava consolidado no Rio de Janeiro a ponto de ser, ansiosamente, aguardado por sua população. As ruas eram tomadas por pessoas fantasiadas, as agremiações saíam com seus préstitos, o comércio estendia o horário de atendimento para aumentar suas vendas e oferecer opções de artigos carnavalescos para os que deixaram seus preparativos para a última hora. Textos como o exposto abaixo eram comuns nos jornais da época, nas proximidades e nos dias de festa. Eles faziam questão de mostrar a relação de intimidade do carioca com os festejos em homenagem a Momo, enfatizando como a cidade parava nesses “dias de loucura justificada, dias de excessos permitidos e de abusos legitimados”.

Poucas populações terão do Carnaval noção tão expressiva e tão absoluta como a do Rio de Janeiro. Aqui ele não é festa acidental ou incidente passageiro; é uma lidima instituição para a qual converge, sem exagero, metade das cogitações populares em todo o ano laborioso e agitado. É uma espécie de cume radioso, que a gente leva a

procurar, subindo incessantemente o ano todo. [...] Tirai-o, e passaria o Rio por uma das crises mais violentas da sua história: e aquela em que se uniriam, revoltosos e irreprimíveis, homens, mulheres e crianças, do lar mais respeitável e distinto, do palacete mais aristocrático e faustoso, à casinha mais humilde, ao lupanar ao “cabaret”, à Favela, aos barracões de S. Carlos e de Mangueira... (GAZETA DE NOTÍCIAS, 22 fev. 1925, p. 1).

Se a festa já estava enraizada na cultura da cidade, a partir daí ela passou a, gradativamente, atrair turistas estrangeiros interessados em conhecê-la. Paralelamente, nesse mesmo momento, o turismo começou a ser compreendido no Brasil como uma atividade econômica rentável e constituiu-se como um elemento fundamental no processo de modernização em andamento no Rio de Janeiro desde 1904. Não é à toa que tivemos a criação da Sociedade Brasileira de Turismo, em 1923, e foram feitas ações direcionadas, especificamente, para o setor, como a estruturação de hotéis e casas de entretenimento voltadas a esse público no decorrer dos anos de 1920.

As adequações modernizantes também eram sentidas na própria concepção do carnaval. Precisava-se de um modelo que atendesse aos anseios dos estrangeiros, motivando a sua vinda. Foi nesse sentido que atuou a chamada grande imprensa carioca. Os periódicos com maior circulação na cidade, como *Gazeta de Notícias*, *Jornal do Brasil*, *O Paiz* e *Correio da Manhã*, de maneira geral, apoiavam as medidas modernizadoras, incluindo para o carnaval, e utilizavam sua influência para que esse objetivo fosse atingido.

Os desfiles das grandes sociedades e dos ranchos foram os que cumpriram esse papel de forma mais satisfatória. Isso não quer dizer que as demais manifestações do festejo desapareceram. Na verdade, apesar da folia carnavalesca ter sido reinterpretada e ressignificada pelos cariocas, ela nunca se apresentou como uniforme, tendo diversas outras expressões, como cordões, blocos, corsos, zé-pereira. Entendemos, assim, o carnaval do Rio de Janeiro como uma festa múltipla, mas não como várias festas individualizadas. É a multiplicidade de manifestações ocorrendo simultaneamente nas ruas da cidade que fez com que ele fosse curtido, sem distinção, por todas as camadas sociais e, ainda, atraísse foliões de diferentes partes do mundo.

Apesar de haver distintas formas de se brincar o carnaval na cidade, a circularidade cultural estabelecia-se entre elas e pôde ser observada, mais claramente, na composição dos ranchos.

Criaram para si [os ranchos] uma estrutura onde determinado enredo era expresso em canto, dança, cortejo e artes plásticas, incorporando elementos já presentes nos cordões e nas Grandes Sociedades, mas instituindo novidades, estabelecendo seu próprio modelo. Desse modo, o “cortejo linear”, forma pela qual os ranchos se apresentavam pelas ruas, “o enredo”, que articulava um determinado tema à confecção

das fantasias e alegorias, e a “música”, que era especialmente feita para cada ano e para cada rancho, foram elementos que os particularizavam em relação a outras formas de expressões carnavalescas (GONÇALVES, 2007, p. 266).

Mesmo que influências fossem percebidas, as camadas mais abastadas tentavam criar um espaço reservado para suas práticas, visando impedir a presença dos grupos mais populares nos bailes exclusivos para os sócios das grandes sociedades e naqueles oferecidos nos teatros, cassinos e hotéis. Ao mesmo tempo, a Praça Onze ofertava-se às comemorações dos menos favorecidos economicamente. Não devemos, entretanto, imaginar que essa separação era respeitada. “[...] Apesar do esforço para segmentar os espaços, para restringir a avenida ao carnaval dos segmentos mais elevados, isso não se concretizou” (SOIHET, 2008, p. 70). Os grupos populares iam para o centro reformado, assistiam aos desfiles e brincavam à sua maneira.

Em relação ao turismo, notamos que os jornais como a *Gazeta de Notícias* tinham preferência na divulgação da vinda para a cidade de visitantes estrangeiros, tanto no período carnavalesco quanto fora dele. Eram constantes as publicações de notícias sobre a chegada de embarcações estrangeiras na Baía de Guanabara com “elevado número de turistas, incluindo muitos que aqui estiveram no último carnaval e que, ao que parece, pretendem não perder mais as nossas festas de Momo” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 08 fev. 1927, p. 1).

O mesmo destaque não era concedido no jornal às notícias sobre a presença de viajantes de outros estados que partiam para a cidade com a mesma motivação: conhecer e curtir a folia carioca. Não encontramos nenhuma justificativa para esse fato; porém deduzimos que a presença de visitantes de outros países era uma forma de atestar que a nossa cidade-capital havia conseguido se adequar aos padrões “civilizados” por mais que ainda estivesse em fase de adaptação, dando os primeiros passos no desenvolvimento do turismo, prática já consolidada em outras nações.

Olhamos para o Rio de Janeiro desse período como uma cidade que, a partir das reformulações urbanísticas e sanitárias implementadas, substancialmente, ao longo das três primeiras décadas do século XX, foi construindo sua imagem turística, apoiada na beleza natural que, há muitos anos, era admirada por moradores de outros estados e estrangeiros que aportavam por aqui. Compreendemos que tais ações governamentais tiveram seu ápice com a realização da Exposição em comemoração ao Centenário da Independência, em 1922, pois ela significou a exibição do país ao mundo como uma nação moderna.

O impulso para a organização do turismo no Rio de Janeiro foi dado, primordialmente, por iniciativas do empresariado do setor, como a própria fundação da SBT. Sobretudo na gestão

do prefeito Antônio Prado Júnior, entre 1926 e 1930, temos a participação efetiva do poder municipal, injetando recursos financeiros substanciais na área, investindo em propagandas da cidade no exterior a fim de torná-la mais conhecida e, conseqüentemente, trazer um número maior de visitantes. Como parte desse plano, Prado Júnior também se dedicou ao carnaval, entendendo-o como um dos principais atrativos do Rio de Janeiro. Sendo assim, produziu uma filmagem do evento de 1928 para exibir no exterior, ofereceu subvenções às pequenas e às grandes sociedades, e preparou, esteticamente, a cidade para a folia de 1929 (FERREIRA, 2004, p. 315).

Procuramos, portanto, ao longo desta tese, mostrar como se estabeleceu a ligação entre carnaval e turismo no Rio de Janeiro nos anos 1920 e início dos anos 1930, tendo como fontes os jornais da época, principalmente, a *Gazeta de Notícias*. Nossa escolha por esse diário partiu de indicações de pesquisadores da temática carnavalesca, como Eneida de Moraes, que afirma, categoricamente, o vínculo do periódico com a festa:

Foi ela, essa grande folha da imprensa carioca até 1930, que promoveu o primeiro concurso carnavalesco; foi ela a promotora da primeira batalha de confete na Avenida Beira-Mar; do primeiro curso na Avenida então chamada Central; do primeiro concurso para crianças fantasiadas, realizado pela sua seção ilustrada e intitulada *Gazeta das Crianças* (MORAES, 1987, p. 161)

A afirmação de Eneida foi comprovada, durante nossas pesquisas, que contemplaram também outros impressos. A *Gazeta*, inegavelmente, dedicava um espaço especial para o carnaval em suas páginas, que aumentava conforme a festa se aproximava. O seu compromisso não se restringia à divulgação dos eventos, mas na própria promoção da folia – embora isso não tenha sido sua exclusividade. Notamos, entretanto, que coube a ela um protagonismo e pioneirismo nesse tipo de cobertura jornalística. Sabemos que esse jornal, desde o seu nascimento, foi inovador, sendo mais barato e popular do que os demais do período. As notícias relacionadas ao carnaval, provavelmente, fortaleciam a ligação do diário com esse público, aumentando suas vendas e conseguindo mais anunciantes.

A folia carnavalesca defendida pela *Gazeta de Notícias*, no entanto, não era exatamente aquela característica das camadas populares. A capa da edição da segunda-feira de carnaval, de 1925, ilustra um pouco essa predileção pela divulgação da festa de acordo com os padrões das classes mais abastadas. Quase toda página foi ocupada por notas sobre como a do baile do Copacabana Palace, com “magnífica festa ali realizada”, do Assyrio, no Theatro Municipal, “um dos pontos prediletos da nossa sociedade elegante”, do Palacio-Club “a maior parte do nosso mundo elegante sentiu-se atraído pelas festas anunciadas para ali [...]” e “[d]os bailes de

máscaras no High-Life são [...] o alvo convergente do nosso mundo elegante” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 24 fev. 1925, p. 1).

Aqui, só trouxemos o caso do ano de 1925, mas demonstramos, em nosso trabalho, que esse era o posicionamento cotidiano da folha. Temos, sim, inserção da agenda de clubes e organizações das camadas populares nas páginas do jornal. Porém, além de não terem o destaque que as demais tinham, eram divulgadas apenas as agremiações que conseguiam a devida autorização da polícia para desfilar. Ou seja, de uma forma ou de outra, elas se adequavam às regras estabelecidas e ofereciam eventos que atendiam a esses requisitos, nem que fossem para, apenas, conseguirem a licença para participarem legalmente da folia.

Foi, portanto, observando o caminho percorrido pelo carnaval e pelo turismo, através das páginas da *Gazeta de Notícias* – e de outros periódicos do período –, que estabelecemos o ano de 1932 como marco temporal final deste trabalho. Dez anos antes, o setor turístico começou a sua organização efetiva no Brasil e, no decurso deste tempo, o potencial de atração de estrangeiros do carnaval foi percebido, começando a ser explorado para tal função. Podemos dizer que, naquele ano, os festejos momescos alcançaram uma nova etapa de desenvolvimento.

A organização do evento passou às mãos da prefeitura do Rio de Janeiro, sob o comando de Pedro Ernesto, em parceria com *Touring Club*, e foi criada uma Comissão Executiva dos Festejos que ficou com a responsabilidade do seu planejamento (FERREIRA, 2004, p. 320). Da união dessas duas entidades, também em 1932, tivemos o primeiro baile no Theatro Municipal em homenagem ao próprio país e aos turistas estrangeiros, que vinham assistir e participar dos festejos carnavalescos (GUIMARÃES, 2012, p.170). A procura cresceu tanto por presenciar eventos desse tipo que, ao longo dos anos 1930, quem quisesse garantir a sua presença, deveria reservar o lugar um ano antes (PERROTA, 2011, p. 185).

De lá para cá, o carnaval carioca cresceu consideravelmente e, assim, aumentou a quantidade de turistas que vêm à cidade nesse período só para assistir a ele das arquibancadas do sambódromo, como também para participar das celebrações. Ele continua a ser, ao lado da festa de Ano Novo na praia de Copacabana, o principal atrativo turístico do Rio de Janeiro, gerando lucros consideráveis para empresários do setor e para o poder público. Em vista disso, a sua importância econômica não pode ser menosprezada. Contudo, essa festa deve ser observada em suas várias nuances que, quando exploradas, descortinam sua complexidade. Aos estudiosos da história do Rio de Janeiro, o carnaval carioca oferece um leque de possibilidades. Neste trabalho, optamos por entender a sua relação com o turismo. Mas a verdade é que um bom samba, ao fundo, pode trazer a leveza necessária para os problemas mais profundos.

Fontes consultadas

Todas as fontes consultadas para o desenvolvimento deste trabalho foram consultadas no site da Hemeroteca Digital, da Biblioteca Nacional. Elas estão, aqui, organizadas por capítulo, em ordem alfabética dos periódicos utilizados e, então, em ordem cronológica.

Capítulo 1

Correio da Manhã, 24 de fevereiro de 1922, p. 2.
 Correio da Manhã, 8 de fevereiro de 1929, p. 2.
 Correio da Manhã, 26 de fevereiro de 1965, p. 1.
 Correio da Manhã, 26 de fevereiro de 1965, p. 13.

Gazeta de Notícias, 12 de fevereiro de 1888, p. 1.
 Gazeta de Notícias, 4 de março de 1889, p. 1.
 Gazeta de Notícias, 6 de fevereiro de 1901, p. 1.
 Gazeta de Notícias, 8 de abril de 1901, p. 2.
 Gazeta de Notícias, 11 de fevereiro de 1902, p. 1.
 Gazeta de Notícias, 25 de fevereiro de 1906, p. 5.
 Gazeta de Notícias, 26 de janeiro de 1907, p. 2.
 Gazeta de Notícias, 12 de fevereiro de 1907, p. 1.
 Gazeta de Notícias, 26 de fevereiro de 1911, p. 5.
 Gazeta de Notícias, 15 de fevereiro de 1920, p. 1.
 Gazeta de Notícias, 15 de fevereiro de 1920, p. 4.
 Gazeta de Notícias, 24 de fevereiro de 1922, p. 6.
 Gazeta de Notícias, 15 de fevereiro de 1923, p. 3.
 Gazeta de Notícias, 27 de fevereiro de 1924, p. 6.
 Gazeta de Notícias, 2 de março de 1924, p. 3.
 Gazeta de Notícias, 18 de fevereiro de 1925, p. 1.
 Gazeta de Notícias, 24 de fevereiro de 1925, p. 5.
 Gazeta de Notícias, 2 de fevereiro de 1926, p. 4.
 Gazeta de Notícias, 9 de fevereiro de 1926, p. 4.
 Gazeta de Notícias, 11 de fevereiro de 1928, p. 4.
 Gazeta de Notícias, 19 de fevereiro de 1928, p. 1.
 Gazeta de Notícias, 12 de fevereiro de 1929, p. 4.

Jornal do Brasil, 25 de janeiro de 1920, p. 15.
 Jornal do Brasil, 30 de dezembro de 1923, p. 14.
 Jornal do Brasil, 29 de janeiro de 1929, p. 5.
 Jornal do Brasil, 26 de fevereiro de 1930, p. 30.
 Jornal do Brasil, 17 de fevereiro de 1931, p.5.

O Paiz, 27 e 28 de fevereiro de 1922, p. 3.
 O Paiz, 27 e 28 de fevereiro de 1922, p. 4.

Suplemento Literário do jornal A Manhã, Autores e Livros, 15 de fevereiro de 1942, p. 94.

Capítulo 2

A Exposição de 1922: Órgão da Comissão Organizadora. Janeiro de 1922, p.70.
 A Exposição de 1922: Órgão da Comissão Organizadora. Fevereiro de 1922, p.70.
 A Exposição de 1922: Órgão da Comissão Organizadora. Agosto de 1922, p. 20.
 A Exposição de 1922: Órgão da Comissão Organizadora. Setembro de 1922, p. 8.
 A Exposição de 1922: Órgão da Comissão Organizadora. Setembro/outubro de 1922, p. 64.
 A Exposição de 1922: Órgão da Comissão Organizadora. Dezembro de 1922, p.67.
 A Exposição de 1922: Órgão da Comissão Organizadora. Julho de 1923, p. 5.

A Noite, 14 de agosto de 1922, p. 3.
 A Noite, 22 de agosto de 1922, p.13.
 A Noite, 31 de agosto de 1922, p. 2.
 A Noite, 26 de fevereiro de 1923, p. 2.

Correio da Manhã, 26 de junho de 1920, p.2.
 Correio da Manhã, 15 de outubro de 1920, p. 4.
 Correio da Manhã, 9 de setembro de 1922, p.1.
 Correio da Manhã, 23 de agosto de 1924, p. 2.
 Correio da Manhã, 5 de julho de 1925, p. 6.
 Correio da Manhã, 3 de julho de 1926, p. 9.
 Correio da Manhã, 29 de dezembro 1929, p. 2.
 Correio da Manhã, 12 fevereiro de 1930, p. 7

Fon-Fon, 8 de junho de 1907, p. 16.

Gazeta de Notícias, 23 de julho de 1907, p. 2.
 Gazeta de Notícias, 02 de março de 1919, p. 1.
 Gazeta de Notícias, 29 de junho de 1920, p. 2.
 Gazeta de Notícias, 9 de julho de 1920, p. 1.
 Gazeta de Notícias, 5 de agosto de 1920, p. 1.
 Gazeta de Notícias, 31 de agosto de 1920, p. 3.
 Gazeta de Notícias, 2 de setembro de 1920, p. 1.
 Gazeta de Notícias, 5 de setembro de 1920, p. 2.
 Gazeta de Notícias, 8 de setembro de 1920, p. 2.
 Gazeta de Notícias, 21 de setembro de 1920, p. 4.
 Gazeta de Notícias, 6 de junho de 1921, p. 3.
 Gazeta de Notícias, 12 de agosto de 1921, p.2.
 Gazeta de Notícias, 26 de janeiro de 1922, p. 1.
 Gazeta de Notícias, 08 de junho de 1922, p. 2
 Gazeta de Notícias, 15 de julho de 1922, p. 2.
 Gazeta de Notícias, 6 de setembro de 1922, p. 2.
 Gazeta de Notícias, 6 de setembro de 1922, p. 4.
 Gazeta de Notícias, 7 de setembro de 1922, p. 6.
 Gazeta de Notícias, 22 de setembro de 1922, p. 3.
 Gazeta de Notícias, 16 de janeiro de 1923, p. 1.
 Gazeta de Notícias, 20 de janeiro de 1923, p. 4.
 Gazeta de Notícias, 3 de fevereiro de 1923, p. 5.
 Gazeta de Notícias, 6 de fevereiro de 1923, p.7.

Gazeta de Notícias, 8 de fevereiro de 1923, p. 6.
Gazeta de Notícias, 11 de fevereiro de 1923, p. 3.
Gazeta de Notícias, 15 de fevereiro de 1923, p. 3.
Gazeta de Notícias, 21 de julho de 1923, p. 4.
Gazeta de Notícias, 8 agosto de 1923, p. 3.
Gazeta de Notícias, 10 de novembro de 1923, p. 3.
Gazeta de Notícias, 15 de fevereiro de 1924, p. 4.
Gazeta de Notícias, 19 de janeiro de 1927, p. 1.
Gazeta de Notícias, 13 de maio de 1927, p. 5.
Gazeta de Notícias, 11 de novembro de 1927, p. 10.
Gazeta de Notícias, 17 de fevereiro de 1928, p. 3.
Gazeta de Notícias, 17 de fevereiro de 1928, p. 4.
Gazeta de Notícias, 23 de fevereiro de 1928, p. 4.
Gazeta de Notícias, 31 de janeiro de 1929, p. 3.
Gazeta de Notícias, 3 de fevereiro de 1929, p. 3.
Gazeta de Notícias, 8 de fevereiro de 1929, p. 3.
Gazeta de Notícias, 8 de fevereiro de 1929, p. 5.
Gazeta de Notícias, 9 de fevereiro de 1929, p. 4.
Gazeta de Notícias, 22 de fevereiro de 1929, p. 4.
Gazeta de Notícias, 23 de fevereiro de 1929, p. 4.
Gazeta de Notícias, 12 de abril de 1929, p. 3.

Jornal do Brasil, 7 de setembro de 1922, p. 5.
Jornal do Brasil, 6 de fevereiro de 1923, p. 11.
Jornal do Brasil, 6 de fevereiro 1924, p. 6.
Jornal do Brasil, 3 de fevereiro de 1925, p. 8.
Jornal do Brasil, 7 de fevereiro de 1930, p. 32.

Jornal do Commercio, 9 de novembro de 1923, p. 5.
Jornal do Commercio, 10 de novembro de 1923, p. 3.
Jornal do Commercio, 18 de dezembro de 1923, p. 6.
Jornal do Commercio, 5 de junho de 1926, p. 3.

O Paiz, 23 de julho de 1920, p. 3.
O Paiz, 27 de abril de 1922, p. 5.
O Paiz, 7 de setembro de 1922, p. 11.
O Paiz, 7 de setembro de 1922, p. 11-17.
O Paiz, 7 de setembro de 1922, p. 15.
O Paiz, 14 de setembro de 1922, p. 1.
O Paiz, 17 de outubro de 1922, p. 2.
O Paiz, 24 de janeiro de 1923, p. 6.
O Paiz, 3 de fevereiro de 1923, p. 6.
O Paiz, 10 de fevereiro de 1923, p. 5.
O Paiz, 11 de fevereiro de 1923, p. 5.
O Paiz, 11 de fevereiro de 1923, p.6.
O Paiz, 12 e 13 de fevereiro de 1923, p. 7.
O Paiz, 12 e 13 de fevereiro de 1923, p. 8.
O Paiz, 24 de janeiro de 1924, p. 3

Capítulo 3

A Noite, 22 de março de 1956, p. 11.

A Noite, 22 de março de 1956, p. 15.

Correio da Manhã, 15 de junho de 1901, p. 1.

Correio da Manhã, 31 de janeiro de 1910, p. 1.

Correio da Manhã, 10 de fevereiro de 1910, p. 4.

Correio da Manhã, 1 de março de 1919, p. 3.

Correio da Manhã, 1 de janeiro de 1922, p. 3.

Correio da Manhã, 28 de fevereiro de 1922, p. 1.

Correio de Manhã, 5 de fevereiro de 1926, p. 8.

Correio da Manhã, 11 de fevereiro de 1926, p. 8.

Correio da Manhã, 8 de fevereiro de 1927, p. 7.

Correio da Manhã, 11 de fevereiro de 1928, p. 4.

Correio da Manhã, 11 de fevereiro de 1928, p. 6.

Correio da Manhã, 21 de fevereiro de 1928, p.1.

Correio da Manhã, 10 de janeiro de 1931, p. 11.

Diário Carioca, 6 de setembro de 1928, p. 2.

Diário Carioca, 20 de novembro de 1928, p. 1.

Diário Carioca, 16 de dezembro de 1928, p. 3.

Diário Carioca, 19 de dezembro de 1928, p. 8.

Diário Carioca, 20 de dezembro de 1928, p. 4.

Diário Carioca, 22 de dezembro de 1928, p. 4.

Diário Carioca, 27 de dezembro de 1928, p. 8.

Diário do Rio de Janeiro, 4 de fevereiro de 1826, p. 1.

Diário do Rio de Janeiro, 26 de fevereiro de 1827, p. 1.

Diário do Rio de Janeiro, 27 de fevereiro de 1829, p. 1.

Diário do Rio de Janeiro, 18 de fevereiro de 1830, p. 1.

Diário do Rio de Janeiro, 19 de fevereiro de 1830, p. 1.

Diário do Rio de Janeiro, 1 de fevereiro de 1832, p. 1.

Diário do Rio de Janeiro, 26 de janeiro de 1833, p.1.

Diário do Rio de Janeiro, 8 de janeiro de 1834, p.1.

Diário do Rio de Janeiro, 1 de fevereiro de 1834, p.1.

Diário do Rio de Janeiro, 24 de fevereiro de 1835, p. 1.

Diário do Rio de Janeiro, 12 de fevereiro de 1836, p.1.

Diário do Rio de Janeiro, 13 de fevereiro de 1836, p. 2.

Diário do Rio de Janeiro, 1 de fevereiro de 1837, p.1.

Diário do Rio de Janeiro, 28 de fevereiro de 1840, p.1.

Fon-Fon, 22 de fevereiro de 1908, p. 30.

Fon-Fon, 13 de fevereiro de 1915, p. 48.

Gazeta de Notícias, 21 de fevereiro de 1925, p. 4.

Jornal do Brasil, 13 de fevereiro de 1900, p. 2.

Jornal do Brasil, 7 de janeiro de 1901, p. 2

Jornal do Brasil, 9 de fevereiro de 1919, p. 5.

Jornal do Brasil, 23 de fevereiro de 1919, p. 4.

Jornal do Brasil, 24 de fevereiro de 1919, p. 9.
 Jornal do Brasil, 2 de março de 1919, p. 5.
 Jornal do Brasil, 2 de março de 1920, p. 14.
 Jornal do Brasil, 3 de março de 1920, p. 9.
 Jornal do Brasil, 15 de março de 1920, p. 10.
 Jornal do Brasil, 24 de dezembro de 1923, p. 12.
 Jornal do Brasil, 27 de dezembro de 1923, p. 21.
 Jornal do Brasil, 7 de fevereiro de 1926, p. 11.
 Jornal do Brasil, 8 de fevereiro de 1928, p. 5.
 Jornal do Brasil, 12 de fevereiro de 1928, p. 5.
 Jornal do Brasil, 18 de janeiro de 1929, p. 5.
 Jornal do Brasil, 2 de fevereiro de 1929, p. 5.
 Jornal do Brasil, 3 de fevereiro de 1929, p.5.
 Jornal do Brasil, 8 de fevereiro de 1929, p. 13.
 Jornal do Brasil, 9 de janeiro de 1929, p. 13.
 Jornal do Brasil, 24 de janeiro de 1930, p. 13.
 Jornal do Brasil, 1 de fevereiro de 1930, p.16.
 Jornal do Brasil, 27 de julho de 1930, p. 12.

Jornal do Commercio, 11 de fevereiro de 1852, p. 3.
 Jornal do Commercio, 19 de fevereiro de 1841, p. 3.
 Jornal do Commercio, 24 de fevereiro de 1870, p. 1.
 Jornal do Commercio, 27 de fevereiro de 1870, p. 1.
 Jornal do Commercio, 31 de janeiro de 1845, p. 4.
 Jornal do Commercio, 31 de janeiro de 1850, p. 3.
 Jornal do Commercio, 4 de fevereiro de 1870, p. 2.

O Paiz, 2 de fevereiro de 1906, p.3.
 O Paiz, 28 de janeiro de 1907, p. 3.
 O Paiz, 25 de janeiro de 1923, p.6.
 O Paiz, 16 e 17 de fevereiro de 1925, p. 4
 O Paiz, 18 de fevereiro de 1925, p. 7.

Capítulo 4

Gazeta de Notícias, 2 de agosto de 1875, p.1.
 Gazeta de Notícias, 18 de dezembro de 1883, p.1.
 Gazeta de Notícias, 18 de fevereiro de 1906, p. 7.
 Gazeta de Notícias, 26 de fevereiro de 1906, p. 1.
 Gazeta de Notícias, 27 de fevereiro de 1906, p. 1
 Gazeta de Notícias, 9 de fevereiro de 1909, p. 3.
 Gazeta de Notícias, 21 de fevereiro de 1909, p. 7.
 Gazeta de Notícias, 1 de março de 1914, p. 8.
 Gazeta de Notícias, 19 de fevereiro de 1922, p. 3.
 Gazeta de Notícias, 27 de junho de 1922 p. 4.
 Gazeta de Notícias, 11 de novembro de 1922, p. 6.
 Gazeta de Notícias, 9 de dezembro de 1922, p. 6.
 Gazeta de Notícias, 13 de dezembro de 1922, p. 6.

Gazeta de Notícias, 3 de janeiro de 1923, p. 6.
 Gazeta de Notícias, 13 de janeiro de 1923, p. 6.

Gazeta de Notícias, 31 de janeiro de 1923, p. 6.
Gazeta de Notícias, 4 de fevereiro de 1923, p. 8.
Gazeta de Notícias, 6 de fevereiro de 1923, p. 3.
Gazeta de Notícias, 8 de fevereiro de 1923, p. 3.
Gazeta de Notícias, 8 de fevereiro de 1923, p. 6.
Gazeta de Notícias, 10 de fevereiro de 1923, p. 8.
Gazeta de Notícias, 17 de fevereiro de 1923, p. 3.
Gazeta de Notícias, 30 de março de 1923, p. 6.
Gazeta de Notícias, 13 de novembro de 1923, p. 6.
Gazeta de Notícias, 17 de novembro de 1923, p. 10.
Gazeta de Notícias, 21 de novembro de 1923, p. 9.
Gazeta de Notícias, 13 de dezembro de 1923, p. 2.
Gazeta de Notícias, 22 de dezembro de 1923, p. 10.
Gazeta de Notícias, 19 de janeiro de 1924, p. 8.
Gazeta de Notícias, 1º de fevereiro de 1924, p. 10.
Gazeta de Notícias, 2 de fevereiro de 1924, p. 4.
Gazeta de Notícias, 22 de fevereiro de 1924, p. 1.
Gazeta de Notícias, 6 de março de 1924, p. 1.
Gazeta de Notícias, 7 de março de 1924, p. 1.
Gazeta de Notícias, 7 de março de 1924, p. 2.
Gazeta de Notícias, 19 de abril de 1924, p. 2.
Gazeta de Notícias, 31 de maio de 1924, p. 9.
Gazeta de Notícias, 15 de agosto de 1924, p. 8.
Gazeta de Notícias, 1 de outubro de 1924, p. 4.
Gazeta de Notícias, 25 de janeiro de 1925, p. 5.
Gazeta de Notícias, 11 de fevereiro de 1925, p. 4.
Gazeta de Notícias, 14 de fevereiro de 1925, p. 9.
Gazeta de Notícias, 14 de fevereiro de 1925, p. 10.
Gazeta de Notícias, 15 de fevereiro de 1925, p. 3.
Gazeta de Notícias, 16 de abril de 1925, p. 1.
Gazeta de Notícias, 18 de julho de 1925, p. 8.
Gazeta de Notícias, 17 de dezembro de 1925, p. 2.
Gazeta de Notícias, 8 de janeiro de 1926, p. 5.
Gazeta de Notícias, 4 de fevereiro 1926 p. 5.
Gazeta de Notícias, 9 de fevereiro 1926, p. 3.
Gazeta de Notícias, 14 de fevereiro de 1926, p.1.
Gazeta de Notícias, 26 de fevereiro de 1927, p. 10.
Gazeta de Notícias, 16 de maio de 1926, p. 3.
Gazeta de Notícias, 29 de julho de 1926, p. 5.
Gazeta de Notícias, 21 de setembro de 1926, p. 6.
Gazeta de Notícias, 31 de outubro de 1926, p. 1.
Gazeta de Notícias, 30 de janeiro de 1927, p. 16.
Gazeta de Notícias, 11 de fevereiro de 1927, p. 2.
Gazeta de Notícias, 24 de fevereiro de 1927, p. 4.
Gazeta de Notícias, 3 de junho de 1927, p. 7.
Gazeta de Notícias, 11 de junho de 1927, p. 3.
Gazeta de Notícias, 24 de junho de 1927, p. 1.
Gazeta de Notícias, 24 de junho de 1927, p. 10.
Gazeta de Notícias, 25 de junho de 1927, p. 1.
Gazeta de Notícias, 4 de outubro de 1927, p. 8.

Gazeta de Notícias, 15 de janeiro de 1928, p. 4.
Gazeta de Notícias, 3 de fevereiro de 1928, p. 4.
Gazeta de Notícias, 4 de fevereiro de 1928, p. 1.
Gazeta de Notícias, 10 de fevereiro de 1928, p. 4.
Gazeta de Notícias, 11 de fevereiro de 1928, p. 4.
Gazeta de Notícias, 12 de fevereiro de 1928, p. 5.
Gazeta de Notícias, 14 de fevereiro de 1928, p. 5.
Gazeta de Notícias, 15 de fevereiro de 1928, p. 4.
Gazeta de Notícias, 15 de fevereiro de 1928, p. 5.
Gazeta de Notícias, 17 de fevereiro de 1928, p. 10.
Gazeta de Notícias, 24 de fevereiro de 1928, p. 2.
Gazeta de Notícias, 24 de fevereiro de 1928, p. 3.
Gazeta de Notícias, 27 de fevereiro de 1928, p. 1.
Gazeta de Notícias, 29 de fevereiro de 1928, p. 4.
Gazeta de Notícias, 20 de março de 1928, p. 4.
Gazeta de Notícias, 16 de maio de 1928, p. 10.
Gazeta de Notícias, 12 de julho de 1928, p. 6.
Gazeta de Notícias, 13 de julho de 1928, p. 3.
Gazeta de Notícias, 25 de dezembro de 1928, p. 4.
Gazeta de Notícias, 26 de dezembro de 1928, p. 7.
Gazeta de Notícias, 4 de janeiro de 1929, p. 10.
Gazeta de Notícias, 10 de janeiro de 1929, p. 9.
Gazeta de Notícias, 11 de janeiro de 1929, p. 3.
Gazeta de Notícias, 15 de janeiro de 1929, p. 4.
Gazeta de Notícias, 16 de janeiro de 1929, p. 3.
Gazeta de Notícias, 18 de janeiro de 1929, p. 2.
Gazeta de Notícias, 25 de janeiro de 1929, p. 10.
Gazeta de Notícias, 27 de janeiro de 1929, p. 1.
Gazeta de Notícias, 27 de janeiro de 1929, p. 4.
Gazeta de Notícias, 29 de janeiro de 1929, p. 2.
Gazeta de Notícias, 1º de fevereiro de 1929, p. 3.
Gazeta de Notícias, 3 de fevereiro de 1929, p. 3.
Gazeta de Notícias, 4 de fevereiro de 1929, p. 3.
Gazeta de Notícias, 5 de fevereiro de 1929, p. 3.
Gazeta de Notícias, 7 de fevereiro de 1929, p. 3.
Gazeta de Notícias, 8 de fevereiro de 1929, p. 5.
Gazeta de Notícias, 8 de fevereiro de 1929, p. 6.
Gazeta de Notícias, 9 de fevereiro de 1929, p. 10.
Gazeta de Notícias, 10 de fevereiro de 1929, p. 3.
Gazeta de Notícias, 14 de fevereiro de 1929, p. 1.
Gazeta de Notícias, 14 de fevereiro de 1929, p. 5.
Gazeta de Notícias, 14 de fevereiro de 1929, p. 7.
Gazeta de Notícias, 17 de fevereiro de 1929, p. 2.
Gazeta de Notícias, 6 de março de 1929, p. 7.
Gazeta de Notícias, 7 de julho de 1929, p.1.
Gazeta de Notícias, 8 de novembro de 1929, p. 8.
Gazeta de Notícias, 5 de janeiro de 1930, p. 3.
Gazeta de Notícias, 8 de janeiro de 1930, p. 3.
Gazeta de Notícias, 31 de janeiro de 1930, p. 8.
Gazeta de Notícias, 5 de fevereiro de 1930, p. 8.

Gazeta de Notícias, 16 de fevereiro de 1930, p. 12.

Gazeta de Notícias, 3 de julho de 1930, p. 3.

Gazeta de Notícias, 12 de agosto de 1930, p. 5.

Gazeta de Notícias, 3 de setembro de 1930, p. 3.

Gazeta de Notícias, 1 de outubro de 1930, p. 4.

Considerações finais

Gazeta de Notícias, 22 de fevereiro de 1925, p. 1.

Gazeta de Notícias, 24 de fevereiro de 1925, p. 1.

Gazeta de Notícias, 08 de fevereiro de 1927, p. 1.

Referências bibliográficas

ABREU, Maurício de Almeida. *A evolução urbana do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: IPP, 2013.

AGUIAR, Leila Bianchi. *Turismo e preservação nos sítios urbanos brasileiros: o caso de Ouro Preto*. Tese (doutorado em História) – Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal Fluminense, 2006.

_____, BARBOSA, Bruno Santos. Os cassinos brasileiros como espaços de sociabilidade e turismo (1920-1946) (*Mimeo*).

ALONSO, Angela. *Ideias em movimento: a geração de 1870 na crise do Brasil-Império*. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

ANDREATTA, Verena. Os planos urbanísticos como suporte do processo de construção da cidade. In: _____. *Cidades quadradas, paraísos circulares: os planos urbanísticos do Rio de Janeiro no século XIX*. Rio de Janeiro: Mauad, 1957.

ARAÚJO, Hiram. *Carnaval: seis milênios de história*. Rio de Janeiro: Gryphus, 2000.

ARAÚJO, Rosa Maria Barboza. *A vocação do prazer – A cidade e a família no Rio de Janeiro republicano*. Rio de Janeiro: Rocco, 1995.

ARAUJO, Silvana Miceli de. Artíficio de autenticidade: o turismo como ideia antropológica. In: BANDUCCI JÚNIOR, Álvaro; BARRETO, Margaritta (orgs.). *Turismo e identidade local: uma visão antropológica*. Campinas, SP: Papyrus editora, 2001.

ASPERTI, Clara Miguel. *Bilac e a reurbanização do Rio de Janeiro: estudo da crônica dominical da Gazeta de Notícias (1897-1908)*. 2007. 2 v. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências e Letras de Assis, 2007.

BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica*. São Paulo, Ibrasa, 1972.

BAKHTIN, Mikhail. *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento*. O contexto de François Rabelais. São Paulo: Hucitec, 2010.

BANDUCCI JÚNIOR, Álvaro; BARRETO, Margaritta (orgs.). Introdução. In: _____. *Turismo e identidade local: uma visão antropológica*. Campinas, SP: Papyrus editora, 2001.

BARBOSA, Marialva. *História cultural da imprensa: Brasil, 1800-1900*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010.

_____. *História cultural da imprensa: Brasil, 1900-2000*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

BARRETTO, Margarita. *Manual de Iniciação ao estudo do turismo*. Campinas, SP: Papyrus editora, 2003.

BENCHIMOL, Jaime. *Pereira Passos: um Haussmann tropical. A renovação urbana da cidade do Rio de Janeiro no início do século XX*. Rio de Janeiro: Secretaria Municipal de Cultura, Turismo e Esportes, Departamento Geral de Documentação e Informação Cultural, Divisão de Editoração, 1992.

BOECHAT, Ricardo. *Copacabana Palace: um hotel e sua história*. São Paulo: DBA, 1998.

BORGES, Vera Lúcia Bogéa. A construção da cidade do Rio de Janeiro como destino turístico: aproximações entre Turismo e História na Primeira República. In: _____, FARIA, Izabel Cristina Augusto de Souza Faria. *Vozes do Turismo: Incursões Interdisciplinares e Relatos de Experiências*. Rio de Janeiro: Multifoco, 2015.

BOURDIEU, Pierre. *A distinção – crítica social do julgamento*. Porto Alegre, RS: Zouk, 2017.

BOURDIEU, Pierre. Efeitos de lugar. In: _____. *A miséria do mundo*. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2012.

BOURDIEU, Pierre. Espaço social e espaço simbólico. In: _____. *Razões práticas: sobre a teoria da ação*. Campinas, SP: Papirus Editora, 1996.

BROCA, BRITO. *A vida literária no Brasil – 1900*. Rio de Janeiro: J. Olympio, 1975.

BURKE, Peter. *Variedades de história cultural*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

CABRAL, Sérgio. *As escolas de samba do Rio de Janeiro*. Lazuli Digital. 2016 (Edição Kindle).

CANCLINI, Nestor. *Culturas Híbridas*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2019.

CANDIDO, Antonio. *Formação da literatura brasileira: momentos decisivos*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1975.

CARDOSO, Renata Gomes. A exposição de arte brasileira do Roerich Museum de Nova Iorque, 1930. In: *Colóquio do Comitê Brasileiro de História da Arte: Territórios da História da Arte*, 34, 2014, Uberlândia, MG. Anais XXXIV Colóquio do Comitê Brasileiro de História da Arte... Uberlândia, MG: [s.n.], 26-30 ago. 2014 pp. 1027-1035.

CARVALHO, Bruno. *Cidade Porosa – Dois séculos de história cultural do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2019.

CASTRO, Celso. A natureza turística do Rio de Janeiro. In: BANDUCCI JÚNIOR, Álvaro; BARRETO, Margaritta (orgs). *Turismo e identidade local: uma visão antropológica*. Campinas, SP: Papirus editora, 2001.

_____. Narrativas e imagens do turismo no Rio de Janeiro. In: VELHO, Gilberto (org). *Antropologia urbana: cultura e sociedade no Brasil e em Portugal*. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

_____ ; FREIRE-MEDEIROS, Bianca. Destino: Cidade Maravilhosa. In: _____ ; GUIMARÃES, Valéria Lima; MAGALHÃES, Aline Montenegro (orgs). *História do turismo no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2013.

CATTAN, Roberto Correia de Mello. *A família Guinle e a arquitetura do Rio de Janeiro: um capítulo do ecletismo carioca nas duas primeiras décadas do novecentos*. Dissertação (mestrado) - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de História, Rio de Janeiro, 2003.

CAVALCANTI, Maria Laura Viveiros de Castro. *Entendendo o folclore e a cultura popular. Rio de Janeiro*. Março de 2002. Texto produzido especialmente para o Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular.

CHALOUB, Sidney. *Cidade febril: cortiços e epidemias na Corte imperial*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

_____ ; NEVES, Margarida de Souza; PEREIRA, Leonardo Affonso de Miranda. Apresentação. In: _____ (orgs.). *História em cousas miúdas: capítulos de história social da crônica no Brasil*. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2005.

CHARTIER, Roger. “Cultura popular”: revisitando um conceito historiográfico. *Estudos Históricos*; Rio de Janeiro, vol. 8, nº 16, 1995, p.179-192.

COSTA, Haroldo. *100 anos do carnaval no Rio de Janeiro*. São Paulo: Irmãos Vitale, 2001.

COUTINHO, Eduardo Granja. *Os cronistas de momo – Imprensa e Carnaval na Primeira República*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

CUNHA, Maria Clementina Pereira. Vários Zés, um sobrenome: as muitas faces do senhor Pereira no carnaval carioca da virada do século. In: _____(org.). *Carnavais e outras f(r)estas: ensaios de história social da cultura*. Campinas, SP: Editora da Unicamp, Cecult, 2002.

_____. *"Não tá sopa": Sambas e sambistas no Rio de Janeiro, de 1890 a 1930* (Históri@ Ilustrada). Editora da Unicamp. Edição do Kindle. 2016.

_____. *Ecoss da folia: uma história social do carnaval carioca entre 1880 e 1920*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

DAIBERT, André Barcelos Damasceno. Origens do Turismo Organizado no Rio de Janeiro: A Revista Brasileira de Turismo na Década de 1920. *Revista Rosa dos Ventos*. pp. 152-163, abr-jun, 2014.

DAMATTA, Roberto. *Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro*. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

DINIZ, André. *Almanaque do carnaval: a história do carnaval, o que ouvir, o que ler, onde curtir*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

Diretoria Geral de Estatística. *Boletim Comemorativo da Exposição Nacional de 1908*. Rio de Janeiro: Tip. da Estatística, 1908. Disponível na Hemeroteca Digital. Acesso: jan./2020.

DUMONT, Juliette. O Brasil no Instituto Internacional de Cooperação Intelectual (1924 – 1946): primeiro passo na construção de uma diplomacia cultural. In: SUPPO, Hugo Rogelio; LESSA, Mônica Leite. *A quarta dimensão das reações internacionais: a dimensão cultural*. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2012.

DUMONT, Juliette; FLÉCHET, Anaïs. “Pelo que é nosso!”: a diplomacia cultural brasileira no século XX - Brazilian Cultural Diplomacy in the Twentieth Century. *Revista Brasileira de História*. São Paulo, v. 34, nº 67, p. 203-221, 2014.

DUNLOP, Charles. *O Rio Antigo – Volume I*. Rio de Janeiro: Gráfica Laemmert, 1963.

EDMUNDO, Luiz. *O Rio de Janeiro do meu tempo (volume 4)*. Rio de Janeiro: Conquista, 1957.

_____. *O Rio de Janeiro do meu tempo (volume 5)*. Rio de Janeiro: Conquista, 1957a.

EFEGÊ, Jota. *Figuras e coisas do carnaval carioca*. Rio de Janeiro: Funarte, 1982.

ELIAS, Norbert. *O processo civilizador – Formação do Estado e Civilização*. Rio de Janeiro: Zahar, 1993.

ENDERS, Armelle. *A história do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Gryphus, 2015.

EULETÉRIO, Maria de Lourdes. Imprensa a serviço do Progresso. In: MARTINS, Ana Luiza. LUCA, Tania Regina de (orgs). *História da imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2018.

FAGUNDES, Luciana Pessanha. *Uma República em festa: a visita dos reis da Bélgica ao Brasil (1920)*. Dissertação (Mestre em História)- Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Instituto de Filosofia e Ciências Sociais – IFCS. Programa de Pós-graduação em História Social, 2007.

FERREIRA, Felipe. *Inventando carnavais: o surgimento do Carnaval carioca no século XIX e outras questões carnavalescas*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.

_____. *O livro de ouro do carnaval brasileiro*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

FERREIRA, Marieta de Moraes; PINTO, Surama Conde Sá. A crise dos anos 1920 e a Revolução de 1930. In: FERREIRA, Jorge; DELGADO, Lucília de Almeida Neves. *O tempo do liberalismo excludente: da Proclamação da República à Revolução de 1930*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

FONSECA, Anna Cristina Cardozo da. A música na Exposição Internacional do Rio de Janeiro (1922): um esboço inicial. In: *Scientiarum Historia IX*, Rio de Janeiro. Livro de Anais. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2016. p. 42-49.

FRANCO, Gustavo H.B.; LAGO, Luiz Aranha Corrêa do. In: SCHWARCZ, Lilia Moritz (coord.). *História do Brasil Nação: 1908-2010. A abertura para o mundo (1889-1930)*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.

FRITSCH, Winston. 1922: a crise econômica. *Estudos Históricos*. Rio de Janeiro, volume 6, número 11, p, 3-8, 1993.

GALVÃO, Walnice Nogueira. *Ao som do samba – uma leitura do Carnaval carioca*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2009.

GARZONI, Lericce de Castro. *Arena de combate: gênero e direitos na imprensa diária (Rio de Janeiro, início do século XX)*. Tese (doutorado). Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Rio de Janeiro, 2012.

GERSON, Brasil. *História das ruas do Rio (e da sua liderança na história política do Brasil)*. Rio de Janeiro: Lacerda Ed., 2000.

GÓES, Fred. O carnaval elegante de Figueiredo Pimentel. *Textos escolhidos de cultura e arte populares*. Rio de Janeiro, v.12, n.2, p. 21-31, nov.2015.

GOMES, Angela de Castro; HANSEN, Patrícia Santos. *Intelectuais Mediadores. Práticas culturais e ação política*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2016;

GONÇALVES, Renata de Sá. Os ranchos carnavalescos e o prestígio das ruas: territorialidades e sociabilidades no carnaval carioca da primeira metade do século XIX. *Textos escolhidos de cultura e arte populares*. Rio de Janeiro, v. 3, n. 1, p. 71-80, 2006.

_____. *Os ranchos pedem passagem*. Rio de Janeiro: Secretaria Municipal de Culturas, 2007.

GOULART, Adriana da Costa. Revisitando a espanhola: a gripe pandêmica de 1918 no Rio de Janeiro. *História, Ciências, Saúde*. Rio de Janeiro. 12, n. 1, p. 101-42, jan.-abr. 2005.

GUBERNATIS, Angelo de. Piccola. *Enciclopedia Indiana*. Roma: Ermanno Loescher, 1867. Disponível em: <https://play.google.com/books/reader?id=Qn0-AAAACAAJ&hl=pt&pg=GBS.PA3> .Acesso: jan./2021.

GUIMARÃES, Valéria. *O turismo levado a sério: discursos e relações de poder no Brasil e na Argentina (1933-1946)*. Tese (Doutorado em História Comparada) – Universidade Federal do Rio de Janeiro. Instituto de Filosofia e Ciências Sociais, Rio de Janeiro, 2012.

HERMES, Maria Helena da Fonseca. Reflexões sobre as Origens da Tipologia Hoteleira Balneária Carioca na Década de 1920. *XXV Simpósio Nacional de História*. Anpuh, Fortaleza, 2009.

HUBERTI, Photo Studio. *Guia Artístico do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Photo Studio Huberti, 1922.

IMIGRAÇÃO. In: *Dicionário da Elite Política Republicana (1889-1930)*. Rio de Janeiro: CPDOC, 2010. Disponível em: <https://cpdoc.fgv.br/sites/default/files/verbetes/primeira-republica/IMIGRA%C3%87%C3%83O.pdf> Acesso: agosto/2019.

JACQUES, Paola Berestein. As favelas do Rio, os modernistas e a influência de Blaise Cendrars. *Revista Interfaces - Revista do Centro de Letras e Artes*. Rio de Janeiro, v. 7, p. 185-200, 2000.

KESSEL, Carlos. *A vitrine e o espelho: o Rio de Janeiro de Carlos Sampaio*. Rio de Janeiro: Secretaria das Culturas, Departamento Geral de Documentação e Informação Cultural, Arquivo Geral da Cidade do Rio de Janeiro, 2001.

LESSA, Carlos. *O Rio de todos os Brasis. Uma reflexão em busca de autoestima*. Rio de Janeiro: Record, 2000.

LINS, Lindercy Francisco Tomé de Souza. *To sell a produto ou to sell na idea: A propaganda oficial do Brasil nos Estados Unidos (1930-1945)*. Tese (Doutorado). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. Departamento de História, São Paulo, 2015.

LOPES, Nei. *Dicionário literário afro-brasileiro*. Rio de Janeiro: Pallas, 2011.

LÖWY, Ilana. *Vírus, mosquitos e modernidade: a febre amarela no Brasil entre ciência e política*. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2006.

LUSTOSA, Isabel. *Nássara*. Rio de Janeiro: Redume Lumará, 1999.

MACHADO, Marcello de Barros Tomé. *A modernidade no Rio de Janeiro: construção de um cenário para o turismo*. Rio de Janeiro: Secretaria Municipal das Culturas, 2008.

MADIO, Telma Campanha de Carvalho. A fotografia na imprensa diária paulistana nas primeiras décadas do século XX: O Estado de S. Paulo. *História*. Franca, v. 26, n. 2, p. 61-91, 2007. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-90742007000200005&lng=pt&nrm=iso Acesso: out./2020.

MARTINS, Franklin. *Quem foi que inventou o Brasil? – A música popular conta a história da República (1902-1964)*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2015.

MARTINS, William de Souza Nunes. Paschoal Segreto e a criação do mercado de diversão no Rio de Janeiro. In: MARZANO, Andrea; MELO, Victor Andrade de. *Vida divertida: histórias do lazer no Rio e Janeiro (1830-1930)*. Rio de Janeiro: Apicuri, 2010.

MEIRELLES, Juliana Gesuelli. *A “Gazeta do Rio de Janeiro” e o impacto na circulação de ideias no Império luso-brasileiro (1808-1821)*. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Campinas, SP, 2006.

MORAES FILHO, Melo. *Festas e Tradições Populares do Brasil*. Brasília: Senado Federal, Conselho Editorial, 2002.

MORAES, Eneida de. *História do carnaval carioca*. Rio de Janeiro: Record, 1987.

MOREIRA, Manoel Henrique Tavares. *Do partidatismo à informação: as mudanças estruturais no jornalismo brasileiro e a formação dos impérios midiáticos*. 213 f., il. Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade de Brasília, Brasília, 2015.

MOREL, Marco. Os primeiros passos da palavra imprensa. In: MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de (orgs). *História da imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2018.

MOTTA, Marly Silva da. *A nação faz cem anos: a questão nacional no centenário da independência*. Rio de Janeiro: Editora FGC, CPDOC, 1992.

_____. *Rio, Cidade-Capital*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

MOURA, Roberto. *Tia Ciata e a Pequena África no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Secretaria Municipal de Cultura, Dep. Geral de Doc. e Inf. Cultural, Divisão de Editoração, 1995.

NETO, Lira. *Uma história do samba – as origens*. São Paulo: Companhia das Letras, 2017.

NEVES, Lúcia Maria Bastos Pereira. Cidadania e participação política na época da independência do Brasil. *Caderno Cedes*. Campinas, v. 22, n. 58, p. 47-64, dezembro/2002. Disponível em: <http://www.cedes.unicamp.br> Acesso: maio/2020.

O'DONNELL, Julia. *A invenção de Copacabana. Culturas urbanas e estilos de vida no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

OLIVEIRA, Diogo de Castro. *Onosarquistas e Patafísicos – A boemia literária no Rio de Janeiro fin-de-siècle*. Rio de Janeiro: 7Letras, 2008.

PACHECO, Susana Mara Miranda. O Caráter inovador da Avenida Rio Branco (Rio de Janeiro) no início do século XX: luzes, trilhos e ações. *Simpósio Internacional Globalización, innovación y construcción de redes técnicas urbanas em América y Europa, 1980-1930*. Brazilian Traction, Barcelona Traction y otros conglomerados financieros y técnicos. Universidad de Barcelona, Facultad de Geografía e Historia. 2012. Disponível em: http://www.ub.edu/geocrit/Simposio/cPacheco_Ocaracter.pdf Acesso: janeiro/ 2020.

PANOSSO, Alexandre Netto. *Filosofia do turismo: teoria e epistemologia*. São Paulo: Aleph, 2005.

PEREIRA, Leonardo Affonso de Miranda. *O carnaval das letras – Literatura e folia no Rio de Janeiro do século XIX*. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2004.

_____; COSTA, Mariana. *Ecos noturnos – Vagalume*. Rio de Janeiro: Contra Capa, Faperj, 2018.

PERROTTA, Isabella. *Desenhando um paraíso tropical: A construção do Rio de Janeiro como destino turístico*. Tese de Doutorado: Rio de Janeiro: FGV/CPDOC, 2011.

_____. Imagens turísticas do Rio de Janeiro: memória, representação, identidade e sedução. *Revista Mosaico*. Volume 1. Número 1. 2009.

_____. *Promenades do Rio – A turistificação da cidade pelos guias de viagem de 1873-1939*. Rio de Janeiro: Hybris Design, 2015.

PINHEIRO, Eloísa Petti. Haussmannização ou haussmannizações?. In: *Europa, França e Bahia: difusão e adaptação de modelos urbanos (Paris, Rio e Salvador)* [online]. 2nd ed. Salvador: EDUFBA, 2011, pp. 67-87.

PINTO, Christina Guedes. *A atuação da empresa Cranston Woodhead no Rio Grande do Sul: um estudo de caso 1922-1992*. Porto Alegre. Dissertação. (Mestrado em História) – Fac. de Filosofia e Ciências Humanas. 2013.

PORTO, Alessandra de Figueredo. *Copacabana Palace: imaginário, consumo e estilos de vida no palácio da Princesinha do Mar*. Dissertação (Mestrado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Comunicação Social, 2014.

PREFEITURA DO DISTRITO FEDERAL; Agache, A. *Cidade do Rio de Janeiro: Extensão-Remodelação-Embelezamento*. Paris: Foyer Brésilien, 1930. Disponível em <http://planourbano.rio.rj.gov.br> Acesso: dezembro/2020.

QUEIROZ, Maria Isaura de. *Carnaval brasileiro: o vivido e o mito*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1992.

REJOWSKI, Mirian; YASOSHIMA, José Roberto; STIGLIANO, Beatriz Veroneza; SILVEIRA, Adalgiso Silva. Desenvolvimento do turismo. In: _____. *Turismo no Percurso do Tempo*. São Paulo: Aleph, 2002.

RESENDE, José Armando Zema de. *A cooperação intelectual internacional da Sociedade das Nações e o Brasil (1922-1938): dinâmicas de um processo*. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-graduação em História – Universidade de Brasília. Brasília, 2013.

RIO, João do. *A alma encantadora das ruas*. São Paulo: Martin Claret, 2009.

RODRIGUES, Antonio Edmilson; MELLO, Juliana Oakim Bandeira de. As reformas urbanas na cidade do Rio de Janeiro – uma história de contrastes. *Acervo*. Rio de Janeiro, v. 28, n.1, p. 19-53, jan./jun. 2015.

SALGUEIRO, Valéria. Grand Tour: uma contribuição à história do viajar por prazer e por amor à cultura. *Revista Brasileira de História*. São Paulo, v. 22, n.44, p. 289-310, 2002.

SANDRONI, Carlos. *Feitiço decente: transformações do samba no Rio de Janeiro (1917-1933)*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

SANT'ANA, Thais Rezende da Silva de. *A Exposição Internacional do Centenário da Independência: modernidade e política no Rio de Janeiro do início dos anos 1920*. 2008. 172p. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Campinas, SP.

SANTUCCI, Jane. *Babélica Urbe – O Rio nas crônicas dos anos 20*. Rio de Janeiro: Rio Book's, 2015.

_____. *Os pavilhões do passeio público. Teatro Casino e Casino Beira-Mar*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2005.

SEGAWA, Hugo. Cenário de modernidades: A Feira Internacional de Amostras do Rio de Janeiro. *Revista Docomomo Brasil*. Rio de Janeiro, n. 4, p. 19-29, dez. 2019.

SEVCENKO, Nicolau. *Literatura como missão. Tensões sociais e criação cultural na Primeira República*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

SODRÉ, Muniz. *Samba, o dono do corpo*. Rio de Janeiro: Mauad X, 1998.

SODRÉ, Nelson Werneck. *A história da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.

SOIHET, Rachel. *A subversão pelo riso - estudos sobre o carnaval carioca da Belle Époque ao tempo de Vargas*. Uberlândia: EDUFU, 2008.

SOLHA, Karina Toledo. Evolução do turismo no Brasil. In: REJOWSKI, Mirian (org.). *Turismo no Percurso do Tempo*. São Paulo: Aleph, 2002.

SOUZA, Anlene Gomes de. O estrangeiro e a cidade: o Rio de Janeiro e o imaginário da viagem. *Projeto História* (PUCSP), UnB, n.13, 1996

STARK, Andrea Carvalho. Quanto riso, quanta alegria: bailes de máscaras tomaram o lugar dos incontrolláveis entrudos no Carnaval carioca em meados do século XIX. *Revista de História.com.br* [online]. 24/01/2011.

SÜSSEKIND, Flora. *Cinematógrafo de letras: literatura, técnica e modernização no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

THOMPSON, E. P. Introdução. In: _____. *Costumes em comum – Estudos sobre a cultura popular tradicional*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

URRY, John. *O olhar do turista – Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. São Paulo: Studio Nobel, Sesc, 2001.

VELLOSO, Mônica Pimenta. *A cultura das ruas no Rio de Janeiro (1900-1930)*. Rio de Janeiro: Fundação Casa Rui Barbosa, 2014.

_____. As tias baianas tomam conta do pedaço. Espaço e identidade cultural no Rio de Janeiro. *Estudos Históricos*. Rio de Janeiro. vol. 3, n. 6, 1990.

VIANNA, Andrea de Albuquerque. *Turismo, propaganda e patrimônio no Brasil: um encontro à luz de fragmentos da correspondência política de Oswaldo Aranha durante a Era Vargas (1930-1945)*. Natal, 2018. Tese (Doutorado) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Tecnologia. Departamento de Arquitetura e Urbanismo.

VIANNA, Hélio. *Contribuição à História da Imprensa Brasileira (1812-1869)*. Rio de Janeiro: Imprensa Nacional, 1945. Disponível no site: http://objdigital.bn.br/objdigital2/acervo_digital/div_obrasraras/or25032/or25032.pdf Acesso: setembro/2020.

VIEIRA, José Fazenda. *Antiquilhas e memórias do Rio de Janeiro*. 1921, Disponível em: <http://www2.senado.leg.br/bdsf/handle/id/179495> Acesso: janeiro/2020.

Sites consultados

Câmara dos Deputados:

https://www2.camara.leg.br/a-camara/conheca/historia/Ex_presidentesCD_Republica/republica1.html

Acesso: Setembro/2020

Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo:

<http://cnc.org.br/editorias/turismo/noticias/turismo-no-brasil-aumenta-faturamento-em-22-em-2019>

Acesso: Fevereiro/2020

CPDOC/FGV: <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-biografico/geminiano-monteiro-da-franca> - Acesso: Julho/2020

Estudo da Demanda Turística Internacional (2018):

http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-54-03/demanda-tur%C3%ADstica-internacional/item/download/964_616b0e66c036db76857f828354967e04.html

Acesso: Agosto/2019

G1:

<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/carnaval/2020/noticia/2020/03/02/rio-registrou-aumento-de-31percent-no-numero-de-turistas-durante-o-carnaval.ghtml>

Acesso: Fevereiro/2021

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística:

https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/monografias/GEBIS%20-%20RJ/Recenseamento_do_Brazil_1872/Imperio%20do%20Brazil%201872.pdf

Acesso: Agosto/2019

Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro (IHGB):

<https://ihgb.org.br/perfil/userprofile/ssampaio.html>

Acesso: Março/2020

Jornal o Globo: <https://oglobo.globo.com/economia/fevereiro-sem-carnaval-deixa-um-buraco-de-55-bilhoes-nas-economias-de-rio-sao-paulo-24880499>

Acesso: Fevereiro/2021

Ministério do Turismo – Anuário Estatístico de Turismo

<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-53-05.html>

Acesso: Fevereiro/2020