

Análise comparada das **políticas públicas de turismo** nos Governos de **Getúlio Vargas** (Brasil, 1930-1945) e **Domingo Perón** (Argentina, 1946-1951)

VALERIA LIMA GUIMARÃES * [valeria@turismo.uff.br]

ROBERTA DIUANA ** [roberta.diuana@gmail.com]

Resumo | O presente trabalho busca promover um diálogo entre os saberes histórico e turístico, com o objetivo de investigar as políticas estatais de turismo dos Governos brasileiro e argentino, representados respectivamente por Getúlio Vargas e Domingo Perón, em meados do século XX. A metodologia utilizada baseia-se na pesquisa qualitativa, de natureza bibliográfica e documental, sob a perspectiva da comparação, tendo como fontes principais documentos produzidos no âmbito estatal, periódicos brasileiros e argentinos especializados em turismo, e jornais de ampla circulação. Respeitando-se as diferenças entre os dois regimes políticos, o turismo foi apropriado como um mecanismo de controle do tempo livre dos trabalhadores. Os diversos segmentos da sociedade civil, por sua vez, lidavam com o turismo de formas diferenciadas, e sua ação coletiva colaborou para o desenvolvimento do turismo nesses dois países no período e para o desenvolvimento das políticas nacionalistas de viés autoritário dos dois Governos.

Palavras-chave | Turismo, Getúlio Vargas, Domingo Perón, Brasil, Argentina.

Abstract | This work seeks to promote a dialogue between the history and the tourism knowledge, with the aim of investigating the state tourism policies of the Brazilian and Argentine governments, represented respectively by Vargas and Peron in the mid-twentieth century. The methodology is based on qualitative research, of bibliographic and documentary nature, from the perspective of comparison, having as main source documents produced within the state, Argentine and Brazilian journals specialized in tourism, and newspapers of wide circulation. Despite the differences between the two political regimes, tourism was used as a control mechanism of workers' free time in Brazil and Argentina. The various segments of civil society, in turn, dealt with the different forms of tourism and their collective action contributed to the development of tourism by both countries during this period and the development of authoritarian nationalist policies by both governments.

Keywords | Tourism, Getúlio Vargas, Domingo Perón, Brazil, Argentina.

* **Doutora em História Comparada** pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. **Professora** da Faculdade de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, Brasil.

** **Bacharel em Turismo** pela Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro. **Aluna** do curso de *Especialización en Dirección y Gestión de Marketing y Estrategia Competitiva* da Universidade de Buenos Aires.

1. Introdução

O turismo é considerado por muitos pesquisadores e organizações internacionais um dos mais importantes fenômenos sociais contemporâneos. A Organização Mundial do Turismo (2009), agência das Nações Unidas para o setor, projeta o crescimento do turismo internacional na ordem de 4% ao ano, estimando que no ano de 2020 o volume de chegadas de turistas internacionais alcance o número de $1,6 \times 10^9$.

Entretanto, os estudos históricos pouca atenção deram a esse fenômeno, considerado por muitos um tema banal, uma 'frivolidade' (Walton, 2009, p. 1). Só muito recentemente, particularmente na América Latina a partir de meados da década de 1990, começaram a ser produzidos trabalhos acadêmicos que enfocam o turismo como uma questão relevante para a História. Tal movimento tem estimulado uma reformulação no próprio campo do turismo acerca do passado desse fenômeno, em muitos casos tratado sob a forma de cronologias de caráter evolucionista, repleta de anacronismos e de aplicações dos modelos dos grandes centros mundiais às realidades periféricas, como no caso dos países da América do Sul.

O turismo, esse fenômeno que se agiganta cada vez mais na sociedade global, se estruturou na Europa no advento da modernidade, mais claramente a partir do desenvolvimento dos meios de transporte e comunicações e, sobretudo, do surgimento de novas sensibilidades urbanas que valorizavam o gosto pela vida ao ar livre e pelos passeios públicos (Corbin, 2001).

Sendo percebido inicialmente como uma atividade aristocrática, o turismo foi conquistando novos adeptos, que emergiam no conjunto das transformações sociais provocadas pela organização capitalista do trabalho. Transformou-se num desejo também das classes trabalhadoras, que buscavam fazer do seu tempo de não trabalho, um tempo não somente de ócio, mas também de prazer e de sociabilidade.

Foi o que demonstrou o historiador inglês John Walton, um dos pioneiros nos estudos da história do turismo. Walton discutiu as iniciativas dos próprios

operários ingleses na organização coletiva de suas viagens turísticas ainda nos finais do século XVIII, apontando ali os primórdios de um turismo popular, ou mais precisamente, de um turismo de classe operária (Walton, 2012).

Neste trabalho, discute-se o papel dos Governos de Domingo Peroin e Getúlio Vargas no fomento de um turismo social, entendido como um projeto de popularização do turismo interno conduzido pela mão do Estado, como contraponto necessário às atividades laborais e como mecanismo de controle do tempo livre dos trabalhadores.

A metodologia da pesquisa se baseou na análise comparada de bibliografia e de fontes documentais, destacando-se a revista *Visión de Argentina*, produzida em 1950 pela *Administración General de Parques Nacionales y Turismo* (AGPNT) do Governo peronista e, no lado brasileiro, as fontes da imprensa diária, particularmente o jornal *Folha da Manhã*, publicado em São Paulo.

O método comparativo utilizado nos estudos históricos tem a vantagem de fazer ressaltar não só as semelhanças como também – e principalmente – as diferenças entre as duas variáveis postas em comparação. Ajuda também na produção de pesquisas com uma visão menos provinciana dos fenômenos, conforme destacou Kocka (2003), lançando luzes sobre como se deu a apropriação do turismo pelo Estado e os diferentes graus de envolvimento dos Governos com o turismo nesses países vizinhos.

2. O turismo justicialista

O desenvolvimento e a organização do turismo argentino ocorreram de forma bastante precoce, se comparado ao caso brasileiro. Já na década de 1880 registram-se as primeiras manifestações do turismo no país vizinho, impulsionadas pela fundação da cidade costeira de Mar del Plata. A chegada da ferrovia à região e a instalação de hotéis de luxo foram dois dos marcos fundadores da atividade turística

marplatense, caracterizada em sua primeira fase por um turismo aristocrático.

A I Guerra Mundial provocou um forte abalo na economia argentina, sustentada no modelo agro-exportador, em função da redução da venda dos produtos e matérias-primas para a Europa, o que teve reflexos no turismo interno. A *Belle Époque* do turismo argentino, caracterizada pelo luxo, pelo exclusivismo e pela ostentação, conforme apontaram os estudiosos (Pastoriza, 2011; Wallingre, 2007; Zuppa, 2012) daria lugar a um período de transição, marcado pela ascensão das camadas médias ao turismo e, ainda durante a década de 1920, pela tímida participação da classe operária.

O acesso das camadas médias e populares argentinas ao turismo no país foi impulsionado por iniciativas pioneiras da Igreja, por meio da Associação Cristã de Moços (ACM), com viagens para retiros espirituais combinados ao descanso e às atividades físicas nas regiões de serra, como Córdoba, e pelos projetos socialistas que tiveram lugar na municipalidade em Mar del Plata, já na década de 1920 (Pedetta, 2012).

Conforme analisou a historiadora marplatense Graciela Zuppa (2012), por iniciativa das associações locais de fomento ao turismo, havia no final da década de 1930 a união das empresas prestadoras de serviços turísticos em torno de uma campanha de democratização do balneário, com destaque para ações como a venda de boletos combinados a preços reduzidos, que incluíam os serviços de passagem de trem ou de ônibus, hospedagem e alimentação fornecida pelo hotel. O *slogan* da temporada de 1940, por exemplo, era 'Mar del Plata ao alcance de todos com boletos combinados' (Zuppa, 2012, p. 4).

¹ Nos estudos turísticos, o conceito de turismo social admite múltiplas interpretações. Com base em Cunha (2001), turismo social é entendido como o conjunto de medidas sociais que viabilizam o acesso dos trabalhadores de baixa remuneração aos bens turísticos, sendo estes bens percebidos como um direito comum a todo indivíduo que precisa recompor-se das pressões urbanas e laborais. No caso do peronismo, essas medidas sociais são providas essencialmente pelo Estado (que adota o justicialismo como política popular), em combinação com os sindicatos dos operários, o que ajuda a explicar essas diversas denominações do turismo praticado pelos trabalhadores na argentina peronista.

Além da experiência marplatense, são registradas também iniciativas de popularização do turismo por parte dos sindicatos, com a instalação de colônias de férias pela Central Geral dos Trabalhadores, sendo Córdoba um dos destinos preferidos.

Durante a década de 1930 o Estado dividiu com o *Touring Club* e com o *Automóvil Club Argentino* a tarefa de construir uma Argentina turística, ordenando o setor e criando uma infra-estrutura viária que favorecia o deslocamento dos proprietários de automóveis para os agora destinos turísticos (Piglia, 2009). Também é nesse período que são instituídas as férias remuneradas, mas estas só serão estendidas ao grande conjunto da população trabalhadora, com êxito, durante a gestão de Perón.

Embora tenha havido experimentos de democratização do acesso ao turismo na Argentina nesse período, foi durante o primeiro peronismo que a inserção das camadas médias e populares ao turismo teve maior força, ganhando o *status* de política pública prioritária para o desenvolvimento da nação, dentro do projeto justicialista do Governo.

Com Perón no poder, já em seu primeiro Governo, a novidade é que são abertos novos canais de consumo para as classes médias e populares e o turismo passa a ser dimensionado como uma das mais importantes formas de lazer da classe trabalhadora. O turismo é visto então como um direito trabalhista e social, sendo criada uma série de facilidades que permitiriam o acesso do operariado às viagens turísticas (Pastoriza, 2008).

O Governo peronista, em sua estratégia de aproximação com o povo, utilizou-se de um eficiente aparato de propaganda turística, lançando mão de slogans de forte impacto que correspondiam ao projeto de construção da cidadania e da nacionalidade argentina. 'Conhecer a pátria é um dever' era um *slogan* retomado da década anterior e ressignificado à luz do projeto peronista, que inaugurou uma modalidade de turismo voltada para o operariado, recebendo diversas nomenclaturas: 'turismo operário', 'turismo social', 'turismo justicialista' ou 'turismo sindical'¹.

Para viabilizar o turismo operário na Argentina, o Governo construiu e estatizou diversas pousadas e hotéis, estatizou o serviço de ferrocarris e ampliou a malha viária para os novos destinos turísticos que foram sendo criados, melhorando as condições de acesso aos destinos tradicionais. Além disso, criou pacotes turísticos voltados para o trabalhador, negociados a preços populares, incluindo passagens e hospedagem. Um *slogan* da propaganda turística peronista veiculado em todo território nacional era: 'Você paga a passagem e o Governo, a hospedagem' (Pastoriza, 2008, p. 5).

Destaca-se também a construção do complexo turístico de *Ezeiza*, na Grande Buenos Aires, formado por um aeroporto internacional, instalações esportivas, conjuntos habitacionais e uma moderna rodovia. Ballent (2002) ressalta que o complexo de *Ezeiza* era um dos mais importantes atrativos turísticos anunciados durante o regime peronista, sendo organizadas excursões justicialistas para o local.

O projeto amplamente difundido pela propaganda peronista consistia em criar oportunidades de acesso popular ao turismo doméstico para conhecimento de um país que parecia, conforme a propaganda, repleto de belezas, rico em diversidade, mas homogêneo e harmônico quanto à sua organização e ao sentimento de pertencimento à nação, ressaltando o caráter e a capacidade laboral de seu povo empenhado no desenvolvimento de uma nova Argentina (Troncoso & Lois, 2004).

Esse discurso oficial do Estado era veiculado em obras de divulgação turística, como por exemplo a revista *Visión de Argentina*, uma publicação da AGPNT, de 1950. Valorizava a tríade natureza, desenvolvimento econômico e 'argentividade' na construção da nação (Troncoso & Lois, 2004), orientando o olhar do turista para constatar o caráter monumental de determinados lugares.

A revista, que adotava como *slogan* a frase 'conhecer a pátria é um dever', destaca o sucesso da iniciativa da AGPNT de instituir, no conjunto das visitas guiadas mensais por ela organizadas a museus e centros culturais, a visita turística a fábricas e grandes casas comerciais com o intuito de "permitir

aos turistas que formem uma ideia da profunda transformação operada na capacidade produtiva do país" (AGPNT 1950, p. 8). O texto classifica a novidade como uma postura que valoriza um 'saúdavel nacionalismo' e informa haver grande interesse para as próximas excursões.

Na página seguinte, a revista publicou matéria de página inteira sobre a opinião compartilhada entre a pasta do Trabalho e Previdência e a de Parques Nacionais e Turismo quanto à importância fundamental do turismo operário. Mencionava claramente a necessidade do Estado em parceria com as empresas, sindicatos e organizações esportivas e recreativas de criar opções para o aproveitamento do tempo livre dos trabalhadores.

O turismo social ou operário cumpriria assim um importante papel, na medida em que seria um dos instrumentos possíveis de controle do tempo livre dos trabalhadores, sendo também utilizado como instrumento de propaganda do regime e servindo para sedimentar os valores da nacionalidade argentina.

A matéria é coroada por uma mensagem assinada pelo Presidente da República. Perón ressalta na mensagem os benefícios da atividade turística para a nação e o papel a ser cumprido pelo Estado para viabilizar o acesso dos trabalhadores ao turismo:

Milhares de trabalhadores de todos os ramos e categorias carecem, por sua parte, dos meios suficientes para proporcionar-lhes a satisfação de viajar e estar em contato com a inteira realidade material e espiritual da pátria, fonte dos mais nobres sentimentos da nacionalidade. Remediar esta situação é outra das tarefas que será necessário cumprir se há de dar-se ao turismo a orientação patriótica e o conteúdo social que os urgentes deveres do momento estão exigindo (AGPNT, 1950, p. 9).

Outro aspecto importante que revela a prioridade do turismo para o Governo Perón é a instituição de um desconto de 5% do décimo terceiro salário para o fomento do turismo social e a criação das colônias de férias (Pastoriza, 2008).

Uma eficiente estrutura de propaganda do regime peronista fez circular pelos periódicos e cinejornais, muito populares à época, a ideologia da democratização dos espaços turísticos outrora exclusivistas e da necessidade de se conhecer *in loco* a geografia da nação, sua cultura, sua diversidade e seus contrastes como forma de auto-conhecimento e de pertencimento à nação.

Essa retórica foi tão eficiente, como ressaltaram Troncoso e Lois (2004), que o peronismo seria percebido como o fundador das políticas de turismo social no país, mesmo com uma história pregressa de importantes experiências do acesso das massas ao turismo interno argentino.

3. A política de turismo do Governo Vargas: Comparações com o caso argentino

Um dos resultados dos poucos investimentos de pesquisas históricas no Brasil sobre o turismo foi a reprodução *ad nauseam* de uma história cronológica do turismo, sem problematizações e críticas. Dentre as ideias mais repetidas, por exemplo, está a demora do Estado brasileiro em encampar o turismo como política pública, o que, para a maior parte dos autores que se dedicam aos estudos turísticos no país só irá ocorrer de forma efetiva em 1958, com a criação por decreto-lei que institui a Comissão Brasileira de Turismo (COMBRATUR), incumbida de estruturar uma política nacional de turismo no país. Com esse marco fundador, a literatura a respeito das políticas públicas de turismo no Brasil silencia sobre os períodos anteriores.

Nos últimos cinco anos, surgiram novos trabalhos acadêmicos que procuraram entender as primeiras manifestações do turismo brasileiro e a sua dinâmica de desenvolvimento a partir do final do século XIX. Esses trabalhos estão lançando novas luzes sobre o turismo brasileiro e derrubando alguns mitos.

Porém, ainda faltam estudos mais consistentes sobre o conjunto de políticas públicas de turismo no período Vargas, dispersas e distribuídas nos vários

órgãos que compuseram a administração central ou delegadas a instituições privadas, como é o caso do *Touring Club* do Brasil, como se verá a seguir.

O mais conhecido dos órgãos públicos que lidaram com o turismo é o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), que possuía uma Divisão de Turismo, encarregada principalmente da propaganda turística do país no exterior o que, sem dúvida, já constitui um traço da política pública varguista para o turismo, relacionada com o projeto de construção da nação e sua divulgação no estrangeiro. A preocupação central do DIP, portanto, era construir uma imagem positiva da nação, e o turismo, com suas imagens canônicas exaltando as belezas nacionais era um componente estratégico.

Por essa razão, foram editados folhetos, revistas e artigos ilustrados, distribuídos às embaixadas no exterior e também a jornalistas de importantes periódicos, como o *The New York Times*, assim como foi dada toda a assistência a cineastas estrangeiros que vieram ao Brasil produzir filmes de divulgação do país, sendo os principais deles os norte-americanos Walt Disney e Orson Welles.

O Departamento de Imprensa e propaganda também se encarregou de incluir o turismo entre os assuntos relevantes na produção cinematográfica estatal, através de cinejornais e documentários por ele produzidos. Essas imagens reforçavam a importância do turismo para o projeto do Estado, mas foram produzidas em menor escala no Brasil do que na Argentina, conforme se constatou numa consulta aos catálogos das cinematecas dos dois países.

Outra política pública que afetou diretamente o turismo brasileiro foi a assinatura do Decreto Presidencial n.º 406, de 4 de maio de 1938, que regulamentava a entrada de estrangeiros no Brasil (1938), definindo as obrigações a serem cumpridas pelo turista no país, dentre as quais comprovar emprego fixo e apresentar atestado de idoneidade.

Diferentemente do caso argentino, o governo brasileiro não adotou uma política centralizadora do ordenamento das práticas turísticas, delegando ao *Touring Club* do Brasil (fundado em 1923), a

responsabilidade de representar o Governo Federal nos assuntos pertinentes ao turismo, dentro e fora do território nacional. A instituição foi uma das pioneiras no desenvolvimento do turismo nacional.

O turismo brasileiro se desenvolveu de forma tardia, se comparado ao caso argentino. Na leitura dos jornais diários das décadas de 1920, não se vê nenhum destaque à atividade turística no país, mesmo na capital federal. A partir de 1932 registra-se um maior interesse da imprensa brasileira pelo turismo, fazendo a cobertura do carnaval do Rio de Janeiro e dando espaço à chegada dos grandes e luxuosos transatlânticos que traziam ricos visitantes que vinham conhecer a festa mais popular do país.

Conforme ressaltou Dario Paixão (2005), o turismo brasileiro na Era Vargas encontrava-se na sua *Belle Époque*, oferecendo aos estrangeiros serviços de padrão internacional nos luxuosos hotéis, cassinos e restaurantes. A era de ouro do turismo no Brasil terminaria com o fechamento dos cassinos, que se deu a 1 de abril de 1946.

O Governo Vargas, como se pode observar na análise dos textos da correspondência diplomática trocada entre as embaixadas brasileiras e estrangeiras, pautou-se por uma política de incentivo ao turismo receptivo internacional de alto poder aquisitivo, considerando ser o turismo uma das 'indústrias' mais rentáveis do mundo.

Havia no teor das correspondências trocadas entre as embaixadas brasileiras no exterior e Ministério das Relações Exteriores do Brasil um discurso que elogiava as iniciativas de países como os Estados Unidos, Itália, Portugal, Noruega, Suécia e França no fomento do seu turismo interno e lamentava a falta de uma política semelhante para os cidadãos brasileiros.

No Brasil da 'Era Vargas', proliferaram iniciativas de associações civis que organizavam excursões à capital federal e à América do Sul. Essas iniciativas – ainda muito pouco conhecidas – ficaram a cargo da esfera privada. No caso argentino, nos primeiros anos do peronismo, os professores e funcionários públicos tinham condições facilitadas para a aquisição de pacotes turísticos.

Mas, analisando os estudos recentes sobre as políticas de lazer voltadas para os trabalhadores na 'Era Vargas', podemos encontrar algumas ações estatais ainda muito tímidas, se comparadas ao caso argentino, que poderiam caracterizar um tipo particular e embrionário de turismo social, fortemente associado à política trabalhista empreendida pelo presidente Vargas. Essa discussão foi inspirada nas contribuições trazidas por Christianne Luce Gomes (2003) e Angela Bretas (2010), ao analisarem o Serviço de Recreação Operária (SRO) como uma importante política pública para o lazer, implantada no Distrito Federal (Rio de Janeiro) durante o Governo Vargas.

Criado em 1943 pelo Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio, o SRO era responsável por organizar as horas de folga do trabalhador, promovendo atividades culturais, esportivas e de escotismo, extensivas às famílias dos operários de diversas categorias profissionais. Dentre as ações do órgão, podem ser identificadas a realização de excursões, passeios, acampamentos e visitas de instrução realizadas com grupos de escotismo. As excursões e passeios promovidos pelo SRO, conforme Bretas (2010), apoiada no relatório produzido por Arnaldo Sussekind, o primeiro presidente e conselheiro do órgão, alcançaram mais de sete mil famílias. De acordo com Gomes (2003, p. 248),

Não se pode negligenciar o fato de que, mesmo que esta estratégia tivesse, como firme propósito, o controle do não-trabalho do operariado, do ponto de vista social, muitas ações desenvolvidas foram de grande proveito para os segmentos populares. Afinal, a 'racional utilização do tempo de lazer' contribuiu, entre outras possibilidades interessantes, com a difusão dos jogos e dos esportes entre os segmentos populares. Além disso, ampliou a infraestrutura física e material para a realização de vários conteúdos culturais, facilitou o turismo popular, difundiu e incentivou as manifestações artísticas, bens culturais geralmente restritos às classes privilegiadas.

Outra forma de atuação do Estado brasileiro no turismo durante o Governo Vargas foi o incentivo à viagem de intercâmbio estudantil e intelectual, principalmente aos países da América do Sul, com maior intensidade à Argentina. Eram constantes as visitas de estudantes, professores, cientistas e escritores brasileiros e argentinos ao país vizinho, no contexto dos esforços de integração das nações do continente caracterizadas pelo movimento pan-americanista.

Essas visitas tornaram-se mais frequentes a partir da assinatura do Decreto n.º 24.393, de 13 de junho de 1933, que estabelecia o Convênio entre Brasil e Argentina para o fomento do turismo. A presença das caravanas de estudantes e professores ou de intelectuais ilustres era amplamente divulgada pela imprensa (controlada pelo Governo), e os estrangeiros eram recebidos por importantes autoridades públicas, como embaixadores e até pelo presidente da República. A reciprocidade ocorria do lado argentino, com os principais jornais da nação (também controlados) noticiando as visitas dos brasileiros.

Nos arquivos diplomáticos brasileiros, no Rio de Janeiro, foram encontrados recortes de jornais argentinos enviados pela Embaixada Brasileira naquele país, divulgando a presença dos turistas brasileiros e a hospitalidade recebida. Em janeiro de 1951 a imprensa argentina deu destaque à visita de um grupo de universitários brasileiros de São Paulo e de Minas Gerais, estudantes de Farmácia e de Odontologia, que foram recebidos pelo próprio presidente da República Argentina. Segundo o jornal *La Nación*, em discurso àqueles estudantes brasileiros o presidente Perón enfatizou as mesmas palavras que costumava proferir nos últimos anos aos grupos de universitários do Brasil que visitavam o país:

Algumas vezes dizem de nós que temos um regime totalitário. Não é verdade. O que queremos é um país organizado, obediente à lei. O único que queremos é que neste país se cumpra a lei, porque para ser livre há que sermos escravos da lei, porque de outro modo a lei não se alcança jamais (*La Nación*, 19 de janeiro de 1951, p. 8).

Foi possível perceber ao longo da pesquisa o incentivo do Estado ao intercâmbio cultural, técnico e científico entre as duas nações, o que, sem dúvida, representou mais um indício da política pública do Brasil e da Argentina para o turismo. Estrategicamente, aqueles visitantes, formadores de opinião, recebidos em cerimônias protocolares pelos chefes dos respectivos Estados, levariam para o seu país a melhor impressão do país vizinho e de seus governantes.

4. Considerações finais

Existem muitos estudos comparativos sobre o varguismo e o peronismo, envolvendo temas diversos, como a questão agrária, o traço populista desses Governos, a política cultural, a propaganda nacionalista e até mesmo a política de esportes desses Estados. Porém, nenhum deles se dedicou à análise comparada do fenômeno turístico.

A descoberta dos historiadores brasileiros sobre a relevância do turismo para as suas pesquisas é ainda mais recente do que a de seus colegas argentinos, que já avançaram em alguns temas, como a importância do balneário de Mar del Plata para o turismo no país e também sobre as políticas públicas de turismo no Governo Perón, contribuindo significativamente para este estudo.

Registra-se também no caso brasileiro uma grande dificuldade de acesso às fontes, a maioria delas dispersas, mal acondicionadas e organizadas sob as mais diferentes denominações, tendo em vista o fato de o turismo ser um fenômeno multifacetado e assunto da pauta de vários órgãos ministeriais. No caso das publicações periódicas em turismo, dificilmente se conseguiu preservar as séries documentais, principalmente das revistas e jornais produzidos na primeira metade do século passado, restando apenas alguns exemplares raros e dispersos. A memória de instituições importantes para o fomento do turismo no país, públicas e privadas, como os clubes auto-

mobilitas e os sindicatos de trabalhadores no setor, também se perdeu em grande parte. Isso se difere do caso argentino, que tem na sede do Automóvel Clube do país, por exemplo, um acervo preservado das publicações da instituição.

A tarefa de realizar pesquisas históricas sobre o turismo no país nos exige um esforço amplo de recuperar os indícios dessa produção turística do passado, estabelecendo cruzamentos com outras fontes possíveis, como os diários oficiais, a correspondência diplomática e a imprensa diária. A comparação também nos pareceu um recurso metodológico bastante útil, na medida em que nos revelou novos olhares sobre o objeto, e, no cruzamento das relações turísticas entre as duas sociedades comparadas, Brasil e Argentina, nos forneceu novas pistas sobre a dinâmica de desenvolvimento do turismo nesses países, ao mesmo tempo que nos auxiliou a construir hipóteses mais amplas, pensando no caso latino-americano, no qual estamos inseridos não só geograficamente, mas também por relações históricas, políticas e culturais (Melo, 2007).

Ao longo da pesquisa foi possível perceber que o turismo brasileiro se desenvolveu bem mais tarde do que o argentino e não demorou para que as camadas médias e populares fossem incluídas no turismo no país vizinho, enquanto que o Brasil ainda praticava um turismo de luxo.

Apesar das iniciativas anteriores, a memória coletiva argentina reconhece no peronismo a matriz das políticas públicas de incentivo ao turismo popular. O caso brasileiro ainda não está suficientemente estudado, mas pudemos concluir que, embora em bem menor proporção, o Governo de Getúlio Vargas também procurou dar atenção ao turismo e, se não constituiu uma política pública orgânica para o setor, o fez de formas diversas.

Num ponto ambos os países se aproximaram em suas políticas públicas de turismo: a hospitalidade aos visitantes estrangeiros, inclusive os do país vizinho, procurando não apenas reforçar as relações de amizade entre os países e, é claro, fazer propaganda do seu regime.

Referências bibliográficas

- Administración General de Parques Nacionales y Turismo* [AGPNT] (1950). *Visión de Argentina*. Buenos Aires: República Argentina.
- Ballent, A. (2002). El peronismo y sus escenarios: La operación territorial de Ezeiza (1944-1955). *Entrepassados*, 22, 1-7.
- Bretas, A. (2010). *Nem só de pão vive o homem: Criação e funcionamento do Serviço de Recreação Operária (1943-1945)*. Rio de Janeiro: Apicuri.
- Corbin, A. (Ed.). (2001). *História dos tempos livres*. Lisboa: Teorema.
- Cunha, L. (2001). *Introdução ao turismo*. Lisboa: Editorial Verbo.
- Gomes, C. L. (2003). *Significados de recreação e lazer no Brasil: Reflexões a partir da análise de experiências institucionais (1926-1964)*. Belo Horizonte: Faculdade de Educação/UFMG.
- Kocka, J. (2003). Comparison and beyond. *History and Theory*, 42, 39-44.
- Melo, V. (2007). Por uma história comparada do esporte: Possibilidades, potencialidades e limites. In V. Melo (Ed.), *História comparada do esporte* (pp. 13-32). Rio de Janeiro: Shape.
- Organização Mundial de Turismo [OMT] (2009). *Tourism 2020 vision*. Madrid: OMT.
- Paixão, D. L. D. (2005). 1930-1945 – A Belle Époque do turismo brasileiro: Os hotéis-cassino na Era Getulista. In L. G. Trigo (Org.), *Análise regional e global do turismo* (pp. 869-884). São Paulo: Roca.
- Pastoriza, E. (2008). El turismo social en la Argentina durante el primer peronismo: Mar del Plata, la conquista de las vacaciones y los nuevos rituales obreros, 1943-1955. In *Nuevo Mundo, mundos nuevos*. Acedido em 18 de janeiro de 2014, em <http://nuevomundo.revues.org/36472>
- Pastoriza, E. (2011). *La conquista de las vacaciones: Breve historia del turismo en la Argentina*. Buenos Aires: Edhasa.
- Pedetta, M. (2012). Las políticas públicas sobre los casinos durante la gestión de M. Fresco (Buenos Aires, 1936-1940). In *Anais do I Taller Internacional Historia y Turismo*. Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata (CD-ROM).
- Piglia, M. (2009). *Automóviles, turismo y carreteras como problemas públicos: Los clubes de automovilistas y la configuración de las políticas turísticas y viales en la Argentina (1918-1943)*. Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires.
- Troncoso, C., & Lois, C. (2004). Políticas turísticas y peronismo: Los atractivos turísticos promocionados en *Visión de Argentina* (1950). *Pasos*, 2(2), 281-294.
- Wallingre, N. (2007). *Historia del turismo argentino*. Buenos Aires: Ediciones turísticas.
- Walton, J. (2012). La invención del turismo popular: Gran Bretaña, S. XVIII y XIX. In *Taller historia y turismo*. Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata (CD-ROM).
- Walton, J. (2009). Welcome to the Journal of Tourism History. *Journal of Tourism History*, 1(1), 1-6.
- Zuppa, G. (2012). Mar del Plata 'al alcance de todos'. In G. Zuppa (Ed.), *Mar del Plata 1900-1970. Bajo Otros Soles. Miradas a través de folletos, postales, avisos publicitarios y fotografías* (pp. 15-29). Mar del Plata: EUEDEM.