



DOI: 10.12957/transversos.2023.75381

## O MUSEU (E OS OUTROS MUSEUS) NA CONSTRUÇÃO E RESSIGNIFICAÇÃO DE PETRÓPOLIS COMO DESTINO TURÍSTICO HISTÓRICO

### THE MUSEUM (AND THE OTHER MUSEUMS) IN THE CONSTRUCTION AND RE-SIGNIFICATION OF PETRÓPOLIS AS A HISTORIC TOURIST DESTINATION

Isabella Vicente Perrotta

ESPM-Rio

[iperrotta@espm.br](mailto:iperrotta@espm.br)

#### Resumo:

Do ponto de vista da história do turismo no Brasil, a cidade de Petrópolis é emblemática, posto que era o local de veraneio da corte imperial de dom Pedro II. Posteriormente, se constituiu num destino de turismo histórico, principalmente a partir da criação do Museu Imperial nas instalações do palácio de verão do imperador. Este artigo discute uma ressignificação turística da cidade, a partir de narrativas expositivas de seus antigos e novos museus. A pesquisa de cunho exploratório articula informações históricas, classificações de turismo e teorias relativas a turismo cultural, economia da cultura e “febre” de museus. Tal discussão baseia-se em referências bibliográficas, informações disponíveis em sites oficiais, e da observação empírica no campo.

**Palavras-Chave:** Petrópolis; História do turismo; Turismo histórico e cultural; Febre de museus.

#### Abstract

From the point of view of the history of tourism in Brazil, the city of Petrópolis is emblematic, since it was the summer place of the imperial court of Dom Pedro II. Later, it became a destination for historical tourism, especially after the creation of the Imperial Museum on the site of the emperor's summer palace. This paper discusses a tourist resignification of the city, from the exhibition narratives of its old and new museums. The exploratory research articulates historical information, tourism classifications, and theories concerning cultural tourism, cultural economics, and museum "fever". This discussion is based on bibliographic references, information available on official websites, and empirical observation in the field.

**Keywords:** Petropolis; History of Tourism; Historical and cultural tourism; Museum fever.

## **1. O contexto histórico de Petrópolis**

Petrópolis, com cerca de 307 mil de habitantes, é a maior cidade da região serrana do Estado do Rio de Janeiro. Sua economia é baseada no turismo (histórico, cultural e de veraneio) e no comércio de itens específicos como roupas, cerveja e chocolate, que acabam sendo atrativos turísticos também. O título de Cidade Imperial – seu símbolo enquanto turismo histórico – lhe foi atribuído por decreto do poder executivo, em 1981, em função de ter abrigado a residência de verão do imperador dom Pedro II, construída entre 1845 e 1862, e transformada em museu nos anos 1940. Também foi esta residência que difundiu a cidade como alternativa para a temporada de verão.

Desde o século XVIII, a região passou a receber os primeiros povoados em função dos caminhos abertos entre a sede da colônia e a região do ouro, em Minas Gerais. Em 1822, a caminho das minas, dom Pedro I pernoita na fazenda do padre Antônio Tomás de Aquino Correia (fazenda da Posse), ficando “encantado com a exuberância e amenidade do clima”. Logo, foi então seu desejo adquirir aquela propriedade, especialmente para o tratamento de sua filha Princesa Paula Mariana de cinco anos, mas também para ter uma residência de verão, fora da cidade do Rio de Janeiro, muito quente, especialmente na região da Quinta da Boa Vista. “Também é importante lembrar que entre as monarquias europeias era comum naquele tempo, para ter uma segunda residência real, chamada residência de verão” (DAIBERT, 2011: p. 192).

Antes que o turismo se configurasse como uma experiência de viagem de deleite ou lazer, pelo menos três práticas que demandavam deslocamentos já eram corriqueiras na Europa, e muito relacionadas à saúde. A primeira, principalmente na Itália, e as duas últimas, na Inglaterra: a vilegiatura → termo que faz analogia à construção de casas (villas em italiano) de veraneio, fora das cidades – visava regiões mais frescas para se passar o verão (desde o século XVI); o termalismo, que procurava estações minerais ou termais para a ingestão ou banhos de águas com propriedades medicinais (desde a Antiguidade e redescoberto no século XVII); e os balneários marítimos procurados para o banho de mar terapêutico (desde o século XVIII). O Romantismo prolongou essas práticas com a “descoberta do exotismo no tempo e no espaço” (Boyer, 2003: p.19), reforçada por escritores que participaram do Grand Tour (como o alemão Goethe) ou fizeram viagens à Itália, à Suíça e ao Reno (como o franco-suíço Rousseau, que gostava de andar a pé) e as relataram em suas obras.

Dom Pedro I, e grandes comitivas, continuaram a frequentar a fazenda do padre Correia,

até que, em 1830, finalmente adquiriu terras de uma fazenda vizinha que estava à venda – a do Córrego Seco. Logo depois, ainda adquiriu outras propriedades nas proximidades – no Alto da Serra, em Quitandinha e no Retiro – ampliando a área de sua fazenda. Mas, abdicando em 1831, a construção de um sonhado palácio de verão só seria realizada, alguns anos depois, por seu filho dom Pedro II.

Em março de 1843, o jovem imperador, com dezoito anos e recém-casado com Teresa Cristina, assinou decreto que arrendava as terras da fazenda do Córrego Seco ao Major Koeler (que se tornaria um pioneiro na arquitetura, engenharia e urbanismo no Brasil), para a fundação da “Povoação-Palácio de Petrópolis”, incluindo no acordo as seguintes exigências: (1) Projeto e construção do Palácio Imperial; (2) Urbanização de uma Vila Imperial com quarteirões imperiais; (3) Edificação de uma igreja em louvor a São Pedro de Alcântara; (4) Construção de um cemitério; (5) Cobrança de foros imperiais dos colonos moradores; (6) Expulsão de terceiros das terras ocupadas ilegalmente (Petrópolis Prefeitura).

Com base em “ousado plano urbanístico”, Petrópolis foi elevada à categoria de cidade em 1857. Sua ocupação se deu, em grande parte, por imigrantes e colonos provenientes de países europeus, principalmente da Alemanha (Daibert 2011: p. 192). A residência de verão do imperador fez com que, ainda no século XIX, vários palacetes aristocráticos fossem construídos nos principais quarteirões da cidade. Embora tenha existido uma modesta igreja em frente ao Palácio Imperial, e embora a construção da Catedral de São Pedro de Alcântara estivesse prevista no plano de urbanização de 1843, ela de fato só começa em 1884 e se estende por muitos anos da república.

Vale dizer que, com poucos anos existência, Petrópolis já aparecia em publicações – produzidas no bojo de um certo sucesso que a literatura e os guias de viagem faziam – que por um lado evidenciam a sua importância como destino que se consolidava; por outro, ajudaram a promover mais a cidade – de 1862, é Viagem pitoresca a Petrópolis para servir de roteiro aos viajantes e recordação deste ameno torrão brasileiro; de 1872, Doze horas em diligência – guia do viajante de Petrópolis a Juiz de Fora; e de 1885, Petrópolis – Guia de viagem (Perrotta, 2015).

Depois da proclamação da república, Petrópolis continuará atraindo famílias ricas, e também Santos Dumont construiu, em 1918, uma pequena casa de verão. Após o banimento da família imperial, o antigo palácio abrigou instituições de ensino até o Museu Imperial ser criado em 1940 (pelo governo de Getúlio Vargas) e inaugurado em 1943, quando a cidade comemorava

seu centenário.

No decreto que instituía o título de Cidade Imperial, em 1981 (governo Figueiredo), destacam-se alguns artigos:

Art 2º - As edificações, paisagens e conjuntos situados na Cidade Imperial de Petrópolis, especialmente identificados pela Secretaria do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN), serão inscritos nos Livros de Tombo de que trata o Decreto-lei nº 25, de 30 de novembro de 1937, e submetidos à proteção do Poder Público.

Art 3º - A proteção dos elementos referidos no artigo anterior é extensiva aos respectivos entornos, cujas áreas serão demarcadas pelo Ministério da Educação e Cultura, por intermédio da SPHAN, no prazo de 90 dias.

Art 4º - Enquanto não se concretizar a demarcação determinada no artigo 3º, é vedada, no prazo ali previsto, a aprovação ou renovação de qualquer licença para demolição, reforma ou construção que implique, a critério da SPHAN, a eliminação, no todo ou em parte, de prédio existente na área urbana da Cidade Imperial.

Art 5º - O Ministério da Educação e Cultura, através da SPHAN, diligenciará junto aos órgãos competentes do Estado do Rio de Janeiro e do Município interessado, no sentido da adoção de plano urbanístico que concilie o desenvolvimento da cidade de Petrópolis com a preservação de seu acervo arquitetônico e natural (PODER EXECUTIVO FEDERAL, 27/03/1981).

Mas os tombamentos federais em Petrópolis já estavam em curso alguns anos antes, tanto para os monumentos do centro histórico, quanto para as casas de fazenda nos demais distritos do município. É de 1938 a inscrição do Palácio Imperial e a da Casa da Princesa nos Livros do Tombo Histórico e de Belas Artes. De 1964, a inscrição da do conjunto da avenida Koeler no Livro do Tombo Arqueológico, Etnográfico e Paisagístico. Da década de 1980 – quando parte das construções históricas vinha sendo demolida para dar lugar a prédios de gabarito elevado –, o tombamento de grande parte da área hoje preservada, como grande parte do conjunto urbano-paisagístico do Centro Histórico, calhas de 16 rios, palácios, residências e quatro conjuntos fabris (Damiano, 2019).

Enquanto residências palacianas, como a do Barão do Rio Negro, antigas casas de verão aristocráticas, e o Palácio de Cristal (construído em 1884 para sediar exposições agrícolas) entraram para a paisagem histórico-cultural da cidade; ao logo do século XX, casas mais modernas iam sendo construídas com destino de veraneio em distritos mais afastados do centro. Assim, os dois segmentos turísticos, apesar de fortemente desenvolvidos, cresciam completamente dissociados. Enquanto o turismo cultural era realizado em estilo “bate-volta” gerando pouco interesse no visitante em permanecer na cidade, o turismo de veraneio se dava longe dali, com pouca interação com as atrações culturais e consumindo poucos serviços

oferecidos pela cidade.

## **2. Turismo Histórico, Cultural (e criativo)**

Segundo o Ministério do Turismo (2021), a segmentação do setor é uma forma de organizar o turismo “para fins de planejamento, gestão e mercado”. As definições dos segmentos, então apresentadas pelo órgão, fundamentam-se em conceitos estabelecidos pela Organização Mundial de Turismo – OMT, sendo determinadas a partir das características da identidade da oferta, e das variáveis da demanda.

De acordo com o documento que estabelece os marcos conceituais dos segmentos do setor, o “turismo cultural compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura” (Ministério do Turismo, 2021: p.13). Não sendo apresentado o segmento turismo histórico, o mesmo está compreendido dentro do bojo do turismo cultural. De uma forma geral, o entendimento de turismo histórico relaciona-se a destinos, ou sítios isolados, que tiveram grande importância na história de um povo ou, que apesar de não muito relevante à sua época, estão bem preservados – e assim ganham destaque. De qualquer forma, sempre que se fala nesta modalidade, o adjetivo “histórico” vem acompanhado de “cultural” (turismo histórico e cultural / turismo histórico-cultural) para definir uma experiência de turismo intimamente ligada a adição de conhecimento.

O turismo cultural é, então, complexo e multifacetado pois envolve ofertas e demandas de experiências e produtos muito diferentes – materiais e imateriais – que vão de museus (um universo de diferentes tipologias – como será discutido na próxima sessão deste artigo), locais históricos, festividades, artesanato, gastronomia, etc. Assim, apesar de considerar que “a relação entre turismo e cultura é intrínseca”, o mesmo documento, do referido ministério, lembra a “amplitude de possibilidades da interação entre turismo e cultura”, e ressalta que:

A utilização turística dos bens culturais pressupõe sua valorização e promoção, bem como a manutenção de sua dinâmica e permanência no tempo.

(...)

Dos benefícios proporcionados por esse segmento de turismo e suas diversas derivações, destacam-se: a valorização da identidade cultural, o resgate e a dinamização da cultura, a preservação do patrimônio histórico e cultural e o intercâmbio cultural, como um fator de promoção da paz entre os povos a partir do conhecimento, da compreensão e do respeito à diversidade (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2021: p.15).

Nota-se que também a Unesco entende que o turismo deve ajudar a promover a proteção

e a preservação daquilo que é considerado valioso para a humanidade. Mas, para Richards (2021), a ideia de que o turismo cultural seja uma forma de preservar e promover a cultura local pode levar a “folclorização” do autêntico e à comercialização de estereótipos culturais. Ele apresenta uma abordagem crítica em relação ao turismo cultural, propondo uma reavaliação de como as experiências culturais são criadas e comercializadas.

A obra de Greg Richards em questão é *Rethinking Cultural Tourism*. Nela – e depois também no artigo “Cultural Tourism 4.0: Developing the latest wave of cultural consumption” (Richards, 2022) –, o professor de Estudos de Lazer e Turismo Cultural recorre ao professor de Economia da Cultura – Pier Luigi Sacco –, que argumenta que houve uma mudança histórica no enfoque da cultura desde o fornecimento de alta cultura para a educação das massas (que chama de Cultura 1.0), passando pela democratização da cultura como consumo de massa (Cultura 2.0), até o surgimento da cultura “self-created” na era da Internet (Cultura 3.0). Estas sucessivas fases assistiram a uma progressão de formas de cultura elitistas para formas mais inclusivas, e de estilos de provimento de cultura de cima para baixo, para os modelos de baixo para cima.

Richards (2021, 2022) examina a evolução proposta por Sacco e suas implicações para o turismo cultural, estabelecendo estágios análogos para o setor, porém acrescentando mais um: o Turismo Cultural 4.0. Assim, teríamos:

- Cultura 1.0: corresponde basicamente à alta cultura (pintura, escultura, música) como forma de educação, apreciada pela elite, com a qual governos e corporações queriam esclarecer os cidadãos. Foi determinante para a origem do turismo (Turismo Cultural 1.0), e a espinha dorsal do Grand Tour entre os séculos XVIII e XIX.
- Cultura 2.0: é a fase em que as cidades descobriram a cultura como motor do crescimento econômico, e começaram a utilizar especialmente os museus como formas de estimular este crescimento. No Turismo Cultural 2.0, os turistas passaram a ser vistos como consumidores, cujas atividades ajudaram a gerar externalidades para o destino em termos de renda e empregos.
- Cultura 3.0: é o estágio, correspondente às últimas décadas, de democratização da produção cultural, quando todos podemos utilizar a internet e outras novas tecnologias para produzir cultura. No Turismo Cultural 3.0, a indústria do turismo não é mais necessária para produzir turismo cultural. Os próprios turistas tornaram-se pares usando plataformas tecnológicas para criar conteúdo e informar uns aos outros sobre experiências culturais. Além disso, de uma

forma geral, todo o turismo agora é facilitado pelas economias colaborativas, tais como o Airbnb (que oferece a oportunidade do visitante viver como um local), e plataformas orçamentárias de companhias aéreas.

- Turismo Cultural 4.0: ainda mais recente, e muito impulsionada pela pandemia, esta é a fase de integração de novas tecnologias, virtuais, digitais e on-line, e de hibridização de experiências com a realidade aumentada, por exemplo. Excursões culturais e visitas a museus e galerias agora podem se dar à distância em tempo real (ou no tempo de cada um). Para Richrads

A incrível expansão de informações disponíveis e experiências potenciais por meio de sites, blogs e plataformas de mídias sociais iniciaram uma nova era de estresse de escolha. De repente, ciente do que todo mundo estava experimentando, em tempo real, o viajante do século 21 teve que lidar com o “FoMO – Fear of Missing Out” (medo de ficar de fora) (RICHARDS 2022: p. 2-3).

E esse medo, segundo o autor, passa a ser amenizado por uma nova classe de “intermediários” cujo trabalho é acompanhar (e transmitir) as últimas tendências.

Ainda para Richards (2021), esta evolução – da alta cultura para a popular, do tangível para o intangível – levou também a mudanças significativas na concepção de turismo cultural, o que para ele, levará a um aumento daquilo que chancela como “turismo criativo”. O que significa dizer que os turistas estão cansados de produtos estandardizados, de museus cheios e sítios culturais apinhados. Há um certo tipo de turista que já viajou muito, já foi a vários museus e conhece seus principais destaques. Está cansado dos modelos tradicionais de turismo e de cultura. Para estes, o turismo criativo pode ser uma alternativa ou uma extensão do turismo cultural tradicional. Este turista quer vivenciar o local desenvolvendo as suas capacidades criativas: confeccionar objetos artesanais, cozinhar alimentos locais, aprender músicas e danças. Estas mudanças estreitam os laços entre cidades criativas, indústrias criativas e turismo.

Richards (2021) argumenta que o turismo cultural deve ser repensado de forma a dar mais ênfase na criação de experiências mais autênticas e significativas, considerando a inclusão das comunidades locais. E defende que o turismo criativo é mais uma ideia do que uma definição rigorosa e que é difícil encapsulá-la, mas que o seu núcleo é sobre o participativo, o ativo, o vivo, o autêntico, a autorealização, autoexpressão e cocriação. Para ele, é também responsabilidade dos atores envolvidos no de turismo cultural considerar o impacto ambiental e social do segmento, de forma a minimizar seus efeitos negativos e envolver a comunidade local nos processos de decisão quanto em relação à comercialização das experiências turística.

### **3. Dos museus históricos à febre de museus**

A relação histórica entre os acervos particulares, exibidos nos “gabinetes de curiosidades”, ou nas “salas das maravilhas”, e os museus institucionalizados, é conhecida. Aqueles espaços, em geral em palácios de famílias nobres europeias que, desde pelo menos o século XV, abrigavam objetos exóticos oriundos de sociedades distantes, assim como artes gregas e romanas – como forma de distinção –, acabaram se transformando em museus oficiais, guardiões de relíquias imperialistas nacionais. Mas, ainda hoje, muitos acervos particulares funcionam como museus de gestão familiar – o que se vê também na cidade de Petrópolis, como será abordado adiante.

À procura de rastros das bibliotecas clássicas, Vallejo (2022) nos conta que, para os gregos, “o museu era um recinto sagrado destinado a honrar as musas, filhas da Memória, deusas da inspiração”, mas que o museu de Ptolomeu<sup>1</sup> – que abrigava a biblioteca de Alexandria – foi “uma versão primitiva dos nossos centros de pesquisa, universidades e laboratórios de ideias”. Ele oferecia salário, moradia e alimentação para que escritores, poetas, cientistas e filósofos dedicassem sua energia para pensar e criar (Vallejo, 2022: p.56). Avançando para o ocidente e em alguns séculos, é ainda Vallejo (2022) que nos conta que o colecionador britânico Elias Ashmole foi pioneiro quando, em 1677, doou o seu gabinete de curiosidades para a cidade de Oxford, passando o mesmo a ser de visitação pública.

Com a intenção de reviver antigas glórias, a coleção pública doada por Ashmole, uma novidade sem nome e sem precedentes, foi chamada de “museu”. (...) Foi esse conceito de museu – como lugar de exibição – que acabou se impondo na Europa, e não o modelo alexandrino de comunidade de sábios (VALLEJO, 2022: p.71).

Ainda para Vallejo (2022), a herança de Alexandria e a “insólita decisão de Elias Ashmole” gerou uma “poderosa rede”, a começar pelo Museu Britânico, em Londres, 1759; o Louvre, em Paris, 1793; o Metropolitan, em Nova Iorque, 1870. A autora destaca o empresário Solomon Guggenheim, e seus herdeiros, que geraram “um grande negócio turístico, comercial e até imobiliário” (VALLEJO, 2022: p.72).

O primeiro museu de arte da Fundação Guggenheim, criada por Solomon, foi inaugurado em nova Iorque em 1959, já em um prédio icônico, do arquiteto Frank Lloyd Wright. Mas foi o Museu Guggenheim de Bilbao, inaugurado em 1997, com projeto do arquiteto Frank

---

<sup>1</sup> Cientista grego, nascido no Egito, com cidadania romana que viveu entre os séculos I e II d.C.



Gehry, o mais emblemático. A instituição foi responsável por gerar enorme impacto econômico e cultural na cidade basca (que se tornou um destino turístico de renome mundial), convertendo-se em paradigma de museu promotor de desenvolvimento para o mundo. Trata-se, do estágio 2.0 apontado na sessão anterior, quando as cidades perceberam na cultura, especialmente nos museus, um motor de crescimento econômico e social.

Vários autores têm se referido ao impacto deste museu em Bilbao e na Espanha, e – a partir desta experiência – destacando a importância dos museus, da arquitetura e da cultura como motores de desenvolvimento econômico e social. É senso comum dizer que termo “efeito Bilbao” tenha sido cunhado pelo jornalista britânico Robert Hughes, em artigo publicado na revista Time, em 2001, mas é de 2000 o livro *El efecto Guggenheim: del espacio basura al ornamento*, de Joseba Juaristi; e, de 2008, *El efecto Guggenheim en la España e las autonomías*, de Ana Esparza. Antes disso, em 1999, Manuel Castells já havia publicado o artigo “O espetáculo do Guggenheim Bilbao”, na revista *Cahiers du Centre d'Études sur l'Actuel et le Quotidien*, em 1999, onde argumenta que o sucesso do Guggenheim de Bilbao está muito relacionado com a sua “arquitetura espetacular”, mas não só. Para ele, o museu é uma expressão da cultura global, e a sua presença naquela cidade é um exemplo de “mundialização da cultura” e sua crescente importância na economia global.

Françoise Benhamou, economista que se dedica à cultura como alavanca de desenvolvimento e riqueza, considera que o efeito Guggenheim superou as “previsões mais otimistas”, pois a cidade de Bilbao atingiu “a ordem de 800 mil visitantes por ano, no fim dos anos 1990, contra 100 mil antes de 1997” (Benhamou, 2016: p.83). Contudo, ela explica que o museu é apenas o elemento mais visível de um projeto que mirou o território como um todo: transportes, redes de água, reabilitação de vários espaços e criação de outros equipamentos culturais, além de ter contado com outros arquitetos de renome internacional, como Zaha Hadid (remodelou as margens do Rio), Santiago Calatrava (o aeroporto) e Norman Foster (o metrô). Quanto ao museu, destaca que houve “desde o início uma política comercial orientada para a valorização da imagem, a venda de bens e serviços, e a organização de exposições voltadas para o grande público solidamente patrocinadas” (Benhamou, 2016: p.84).

Ao desenhar um cenário dos museus na contemporaneidade, Conn (2010) faz referência ao New York Times que, em 2002, proclamou que o mundo estava passando pela “era de ouro dos museus”, “de Berlim a Pequim, dos Estados Unidos aos Estados do Golfo”, referindo-se,

especialmente, ao último quarto do século XX, que assistiu à criação de uma leva de novos museus, “desde os mais modestos aos mais audaciosos”. Para Conn, era na verdade uma segunda era dourada, posto que no último quarto do século XIX também tinha havido um boom de construção de (grandes) museus históricos e de história natural (Conn, 2010: p. 1).

Usando a expressão “efeito Bilbao” o autor chama a atenção para o fato de algumas instituições da primeira “era de ouro” estarem participando desta segunda, seja passando por renovações, transformações ou acréscimos. Para ele, “não é exagero dizer que nunca antes tinha havido tantos museus fazendo tantas coisas para atrair tantas pessoas” como naquele momento. Neste contexto, para o autor, algumas grandes cidades estavam acrescentando novos museus a um cenário cultural já “lotado” (Conn, 2010: p.2).

Referindo-se a esta competição no cenário cultural, Richards e Raymond (2000) apontam que as atrações culturais tradicionais – como museus, galerias e monumentos históricos – seguem sendo os lugares turísticos mais visitados (na Europa). Focando especificamente no norte da Europa, para Richards (2001), o crescimento do número de turistas culturais deve ser visto por dois lados. Do ponto de vista da demanda, o crescimento se justifica pelo aumento do nível de educação na região, onde o número de pessoas com educação superior mais do que triplicou nos últimos 30 anos. Além disso, o conceito de cultura tem se tornado cada vez mais amplo e – citando museus de grandes estádios de futebol – afirma que as diferenças entre as áreas de esporte, lazer e cultura já não são claras. Pelo lado do crescimento da oferta, destaca que há uma percepção, por parte dos governos, de que museus e atrativos culturais são geradores de emprego, valor e renda. Conforme a apresentação da categoria Cultura 2.0, este é um sistema baseado na atração de visitantes culturais que passariam a gastar dinheiro e impulsionar a economia local.

Conn (2010) aponta que junto ao boom de criação de novos museus, veio também um movimento correspondente de produção de textos discutindo o tema. Entre os autores citados por ele, destacamos os filósofos da contemporaneidade: Jean Baudrillard, que percebeu que os museus estavam ficando “imersos na lama da cultura de consumo pós-moderno” o que, em si, seria “uma espécie de prisão confortável e bem equipada”; e Andreas Huyssen que apontou uma mudança de posição “supreendentemente homogênea”, de ataque dos críticos, em relação a “ossificação, retificação e hegemonia cultural” dos museus, ainda que o foco de ataque estivesse um pouco diferente de então, quando eram vistos como um “bastião da alta cultura”, e agora,

um “carro-chefe da indústria cultural”.

O livro de Conn é de 2010, mas o boom continuaria em curso até a pandemia. Hsieh (2019), por exemplo, aponta que a pequena ilha de Taiwan (35.881 quilômetros quadrados) criou mais de 400 museus e centros culturais em menos de 20 anos. O autor, então, se perguntava – “por que continuamos a construir museus?” Predizendo que “a obsessão por museus pode se transformar em um cálice envenenado se não for cuidadosamente controlado” (HSIEH, 2019: s/p).

A febre de museus, embora claramente relacionada ao “efeito Guggenheim”, e a espetacularização de edifícios de arquitetura icônica, também está relacionada à valorização da memória – aquilo que Andreas Huyssen chamou de “urgência de memória” (HUYSEN, 2000); e “cultura de memória” (HUYSEN, 2014) – que, em oposição à negação do passado peculiar da primeira metade do século XX, vem norteando a contemporaneidade.

Apesar de corroborar com a existência de uma forte dinâmica no setor cultural, Richards (2001) já apontava que a tendência para uma maior dispersão de turistas entre os vários tipos de atrações culturais oferecidas por um mesmo destino era evidente. O grande número de turistas culturais, antes da pandemia, levou ao problema que chamou de “overturismo” em muitas grandes cidades (Richards, 2021). Depois, anunciando uma preferência pelas atrações artísticas, em detrimento das atrações patrimoniais, ele demonstra que, em 2021, o número de visitantes dos museus não tinha aumentado em relação a 1997, e que os monumentos estavam perdendo popularidade. Por outro lado, galerias de arte, eventos de arte e festivais estavam atraindo cada vez mais visitantes (Richards, 2001). É em função deste cenário que ele vem defendendo o turismo criativo – uma viagem orientada para o engajamento, e uma experiência autêntica de aprendizagem participativa nas artes, cultura, ou qualquer ativo peculiar de um lugar (Richards, 2000).

#### **4. O museu, outros museus, e novos museus de Petrópolis**

O Museu Imperial foi inaugurado em 1943, num contexto em que, no Brasil, os museus ainda eram entendidos como instituições monumentais que representavam o projeto de nação. Sob este viés, foi inaugurado, em 1818, o primeiro museu brasileiro – o Museu Nacional (então Museu Imperial); e mais de cem anos depois, em 1922 (centenário da independência), o Museu Histórico Nacional, como “instrumento para lembrar o passado imperial e educar as

novas gerações a amar a pátria” (COSTA, 2023, p.2).

Em artigo sobre guiamento de visitas ao Museu Histórico Nacional, Costa (2023) apresenta recorte de texto de um relatório da instituição, “organizado no período de 1930 a 1944, sem assinatura”, onde se lê:

Um dos aspectos bem expressivos da cultura brasileira nos nossos dias é a ação cada vez mais ampla dos museus na simpatia e na curiosidade popular. O brasileiro, o simples homem da rua, é hoje uma criatura que visita museus, sentindo-se atraído e dominado pelos ensinamentos ou pelas sugestões que se encerram nessas casas veneráveis e silenciosas (MHN apud COSTA, 2023: p.11).

No mesmo ano de 1943, centenário de Petrópolis, foi inaugurado o Museu Casa de Santos Dumont que – apesar da grande diferença temporal em relação aos personagens históricos envolvidos – reforçava o caráter de turismo histórico da cidade.

Na década seguinte, em 1956, foi aberta, no acesso à cidade, uma réplica de um castelo medieval português do século XII, para sediar o Museu de Armas Históricas Ferreira da Cunha, conhecido como o Museu de Armas de Petrópolis, abrigando a coleção particular de Sérgio Ferreira da Cunha, descendente de um certo Conde da Cunha, cujo título, concedido pelo rei de Portugal, data de 1760. O acervo contempla baionetas, canhões portugueses, armamentos militares e objetos de guerra indígenas. Embora tratando-se de propriedade particular, e com algumas limitações ao acesso público, esta era mais uma atração museológica que reforçava o caráter histórico e turístico da cidade.

Algumas décadas depois, em 1976, foi inaugurado o Museu Casa do Colono, em uma construção de 1847, de características muito simples – paredes de pau-a-pique de barro e capim, vigamento de madeira, alicerces de pedra bruta e teto de zinco – típicas das residências dos primeiros colonos alemães que participaram da construção da cidade. Apesar do caráter histórico, diferentemente das outras instituições mencionadas, sua existência ficou apagada. Por muitos anos não participou do circuito turístico da cidade, talvez, porque naquele momento, as narrativas históricas eram construídas em cima de personagens miticamente heroicos e crenças colonialistas. Só recentemente a Casa passou a ser mencionada entre os atrativos da cidade. “Privilegiando a história vista de baixo, incentivando pesquisa e a democratização ao acesso de fontes históricas”, a casa funciona como “instituição de memória responsável pela preservação, pesquisa e divulgação da imigração germânica na cidade e sua relevância para a construção e desenvolvimento do município” (MUSEU CASA DO COLONO, n/d, n/p). Pelo seu site

interativo se pode percorrer todos os cômodos da casa, visualizando detalhes com bastante realismo.

Ainda no bojo da valorização da história (moderna) patriótica, em 1982, Petrópolis ganhou um museu da FEB – Força Expedicionária Brasileira, dedicado aos “pracinhas” petropolitanos que lutaram na Itália, na Segunda Guerra Mundial. Embora esteja presente na sinalização e sites turísticos da cidade, claramente não pertence ao imaginário da construção histórico-turística lugar. Também tangente à história da cidade, mas ainda à mesma guerra, em 2012 foi inaugurada a Casa de Stefan Zweig, no local que, por apenas cinco meses (em 1942), foi residência e refúgio do escritor austríaco judeu, e sua esposa Lotte, onde se suicidaram – fato que sempre foi bastante conhecido no meio culto brasileiro.

Destaca-se que a Casa Stefan Zweig – que não leva o nome de museu – é tida como um “centro de memória em homenagem ao escritor e aos exilados vindos para o Brasil, fugindo do nazismo, (...) que contribuíram para a formação cultural do nosso país” (VISITE PETRÓPOLIS, n/d, n/p). A sua museografia se insere nas propostas museais contemporâneas, nas quais os acervos não precisam se basear em coleções de objetos, podendo ser (apenas) narrativas interativas por onde “os visitantes montam suas próprias rotas, o que torna cada visita única” (FREITAS, 2019).

Alguns outros museus, sem aderência à história da cidade, foram criados nos últimos anos: Museu de Cera de Petrópolis (2011), Museu do Artesanato (2014), Museu de Porcelana (2018), Museu dos Brinquedos (2021).

O Museu de Cera apresenta ao público representações hiper-realistas, produzidas em estúdios americanos e ingleses, de personagens conhecidos internacionalmente (como Alfred Hitchcock, Albert Einstein, Madona, Rainha Elizabeth e Michael Jackson) e de brasileiros famosos (como Ayrton Senna, Pelé e Gilberto Gil), mas também os principais personagens históricos relacionados à cidade – dom Pedro II, Princesa Isabel e Santos Dumont.

O Museu do Artesanato do Estado do Rio de Janeiro / Casa de Cultura Cocco Barçante é um espaço articulador de uma rede de artistas e artesãos e também um espaço educativo que promove a sustentabilidade. Afastado do centro histórico, não participa da narrativa turística da cidade, mas sua articulação é capaz de trazer visitantes pontuais à região.

O Museu de Porcelana exibe peças dos séculos XIX e XX, em sua maioria de origem alemã, do colecionador Robert Bedran. Também o Museu de brinquedos nasceu de uma coleção

particular – esta, de Marcos Paulo Almeida. Tanto o museu de Cera, quanto o de Porcelana, estão instalados em imóveis tombados, localizados junto ao centro histórico. O segundo, em um casarão que pertenceu à família de Marechal Rondon, o que ajuda a revisitar a história da cidade. A história das casas e a concentração de atrativos, estimula a circulação por todo o centro histórico, reforçando narrativas sobre barões, condes etc.

Já pequeno Museu dos Brinquedos está localizado na mesma região, mas dentro de um pequeno mall comercial, caracterizado por uma cobertura de guarda-chuvas coloridos que além de resguardar (um pouco) a área aberta do sol e da chuva, tornou-se um atrativo em si. O empreendimento é nitidamente voltado para o visitante da cidade, reunindo restaurantes, bares e lojas de chocolates e de souvenirs, além de informações turísticas. Para Raquel Neves, ex-presidente da Associação de Guias de Turismo de Petrópolis, “Quando surge um novo local para visitação, todos nós somos beneficiados, ampliando a oferta de atrativos turísticos para quem visita Petrópolis” (SOU PETRÓPOLIS, 26, jun., 2021) referindo-se à abertura do Museu dos Brinquedos – muito menos expressivo que os outros seus contemporâneos museus da cidade.

Cabe iluminar pelo menos mais dois outros imóveis históricos em Petrópolis, embora relativos aos anos 1930 e 1940, período em que a cidade crescia e se modernizava. O Teatro D. Pedro (1933), construído em estilo art déco pela empresa D’Angelo responsável por outros empreendimentos na cidade; e o Palácio Quitandinha (1944), construído pelo empresário do ramo de jogos e turismo, Joaquim Rolla, para ser o maior hotel cassino da América Latina. O Teatro (fechado para reformas desde 2019) tornou-se cinema, mas em paralelo à sua programação, abria para visitação, oferecendo uma exposição permanente e um filme sobre a trajetória do espaço e outras “curiosidades sobre a movimentação artístico-cultural do início do séc. XX até a atualidade” (MAPA DE CULTURA RJ, n/d, n/p). O Quitandinha continuou a funcionar como hotel de luxo depois da proibição do jogo no Brasil em 1946, mas seu alto padrão tornou sua manutenção inviável sem o cassino e, desde 1963, seus apartamentos transformaram-se em condomínio residencial. Desde 2007, parte do prédio – incluindo a área administrativa original, salões e áreas de lazer – foi adquirida pelo SESC que passou a oferecer atrações culturais no local.

## **5. Considerações finais**

A febre de museus vem produzindo grandes e espetaculares museus – que o arquiteto espanhol Santiago Calatrava, (responsável pelo Museu do Amanhã, no Rio de Janeiro) chamou

de Catedrais do século XXI –, mas também minúsculos museus, sobre assuntos muito específicos, em pequenas cidades, mundo a fora. Grandes ou pequenas, particulares ou do poder público, estas instituições pertencem a um contexto que Huyssen (2014) chamou de “cultura de memória”, e mais tarde de “urgência de memória” (Huyssen, 2000). Para ele, características da pós-modernidade – que é o olhar para trás –, ao contrário da modernidade que mirava o futuro. Tal pós-modernidade, para Lipovetsky (2004), seria apenas um modo exacerbado da modernidade, e não uma ruptura com o momento anterior. O momento histórico que vivemos desde o fim do século, ele chama de hipermodernidade, e se caracteriza, entre outras coisas, pelo hiperconsumo. Considerando, então, o atual sistema capitalista, Lipovetsky e Serroy (2015), observam que os nichos de consumo se expandem, e que

Não estamos mais no tempo em que produção industrial e cultural remetiam a universos separados, radicalmente inconciliáveis; estamos no momento em que os sistemas de produção, de distribuição e de consumo são impregnados, penetrados, remodelados por operações de natureza fundamentalmente estética. (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 11).

As novas exposições midiáticas e as linguagens sinestésicas estão neste campo, mas também o consumo de mais museus, espetáculos e produtos culturais. Para os autores, os setores criativos vêm modificando o olhar do consumidor em relação ao belo, ao prazer e ao imaginário, impondo novas experiências ao consumo, inclusive de cultura.

Petrópolis não tem uma catedral do século XXI, no sentido mencionado por Calatrava, mas ainda consegue explorar o imaginário relacionado aos tempos imperiais. Se “O” museu da cidade ainda é estruturado de acordo com os preceitos dos grandes museus históricos do século XIX, paralelamente, ele também busca novas linguagens como o espetáculo noturno Som e Luz que revivia a história do segundo reinado com projeções nas janelas do palácio. Paralelamente, os novos pequenos museus da cidade ilustram a ideia de memória, de Huyssen, e a de consumo, de Lipovetsky. E o uso de linguagens midiáticas e de interatividade, como vistas na Casa Stefan Zweig, no site do Museu Casa do Colono, e no espetáculo do Museu Imperial exemplificam a era da estetização da cultura (ou do capitalismo artista) de Lipovetsky e Serroy. Mas, ainda que mantendo as devidas proporções comparativas, nenhum projeto aqui mencionado mirou o território como um todo, como foi o caso paradigmático de Bilbao – bastante viável numa cidade pequena.

Seja pela queda do império, seja pela chegada do desenvolvimento industrial, ou pela

absorção de ideia de progresso e modernização – pronta, importada e sem customização –, ao longo do século XX, Petrópolis passou por um processo de urbanização que caracterizava o “enfraquecimento simbólico e material” do que fora a Vila Imperial, e a “debilidade advinda de uma crise de urbanização norteadas pela vilegiatura e pela indústria” (AMBROZIO, 2008, p. 303).

Hoje, as antigas residências de verão são vistas como formas de “materialização” que geram “eficientes representações para o turismo” de uma “espécie de renovada apropriação do núcleo urbano” por uma elite, hoje “amesquinhada” se comparada com outrora, ou de uma “reconquista territorial liderada por outros personagens e interesses” que continuam a gerar “o atávico veto à cidade para os pobres” e

a segregação das classes populares, já não apenas do núcleo urbano, mas de todo o município, através do aprisionamento viário, consoante ao intento de fazer crescer, quem sabe inflar, a economia turística local para ampliar as rendas e os lucros desse coeso grupo (AMBROZIO, 2008, p.302).

Há décadas a periferia da cidade – em especial suas encostas e margens de rios – vem sendo ocupadas de forma desordenada, e a população vulnerável, que ocupa estes espaços desprovidos de projeto de urbanização sofrem com as chuvas. Mas em 2022 uma enchente provou que é difícil isolar periferia e núcleo urbano. Os problemas sociais e urbanos da cidade poderiam não estar diretamente relacionados com a entrega que Petrópolis fazia aos turistas. Mas agora, evidentemente estão.

Como enfatiza Benhamou, “os efeitos do turismo sobre o resto da economia são mais ambivalentes do que geralmente se diz. Se, de um lado, ele cria empregos, do outro, provoca uma alta de preços de alguns bens de consumo” (BENHAMOU, 2016. p.85). Para a economista, o papel desempenhado pela proteção patrimonial, a proliferação de museus, e a valorização de monumentos históricos – como vêm se vendo neste século – nem sempre é promissor. Embora, sim, cidades esquecidas tenham se tornado destinos turísticos e tenham conseguido criar empregos em regiões estagnadas. Neste ponto, voltamos a proposta de Richards (2000, 2001) de que o turismo criativo, não é apenas uma viagem orientada para o engajamento, e uma experiência autêntica de aprendizagem participativa nas artes e cultura, ou um ativo peculiar de um lugar (pelo lado do turista), mas também um modo de criar uma conexão com aqueles que residem no local, e de estes residentes manterem sua cultura viva.

Petrópolis está vivendo a valorização da sua história (oficial) e da memória de histórias



que não eram contempladas. A revalorização e a returistificação do centro histórico, acontecidas nas últimas duas décadas, estão associadas a um processo de retroalimentação que envolve a abertura de novos bares, restaurantes e hotéis (inclusive em imóveis históricos), a criação de novos entretenimentos (como o próprio espetáculo Som e Luz, no Museu Imperial) e valorização de seus “produtos de origem”, como a cerveja e o chocolate.

Por fim, lembra-se também do forte polo têxtil da cidade. Contudo, ele hoje parece ter um apelo muito específico, para revendedores, que não necessariamente usufruem das ofertas turísticas da cidade.

## Referências

AMBROZIO, Júlio César Gabrich. **O presente e o passado no Processo Urbano da Cidade de Petrópolis**. Tese de doutorado apresentada ao departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. São Paulo: USP. 2008.

CONN, Steven. **Do museums still need objects?** Philadelphia: University of Pennsylvania Press. 2010.

COSTA, Carina Martins. “Visitas ao Museu Histórico Nacional: registros de memória e ficção” In **Anais do Museu Histórico Nacional**, Rio de Janeiro, Vol. 57, 2023.

BENHAMOU, Françoise. **Economia do patrimônio cultural**. São Paulo: Sesc. 2106.

BOYER, Marc. **História do Turismo de Massa**. Bauru e Salvador: Edusc e Edufba, 2003.

DAIBERT, André Barcelos Damasceno. “Narrativas e imágenes del turismo en Petrópolis, Brasil, a principios del siglo XX”. In **Estudios y Perspectivas en Turismo**. V.20 pp190 – 212. 2011.

DAMIANO, Raíssa Rangel. Gestão Compartilhada na Cidade de Petrópolis/ RJ: O papel dos agentes do patrimônio na preservação do conjunto urbano-paisagístico. In: **Anais do 11º Mestres e Conselheiros: Educação para o Patrimônio**. Anais...Belo Horizonte: UFMG, 2019. Disponível em: <https://www.even3.com.br/anais/11mestreseconselheiros/167923-GESTAO-> Acesso em: 06/04/2023.

FREITAS, Carolina. “#CartõesPostais: 8 curiosidades sobre a casa Stefan Zweig, no Valparaíso”. In **Sou Petrópolis / Turismo**. 19/03/2019. Disponível em: <https://soupetropolis.com/2019/03/19/cartoespostais-8-curiosidades-sobre-a-casa-stefan-zweig-no-valparaiso/>. Acesso em: 04/04/2023.

PODER EXECUTIVO FEDERAL. **Decreto nº 85849**. Brasília: D.O.U. 27/03/1981.

Disponível em: <https://www.diariodasleis.com.br/legislacao/federal/41636-atribui-a-cidade-de-petropolis-no-estado-do-rio-de-janeiro-o-titulo-de-cidade-imperial-e-da-outras-providencias.html>

Acesso em: 06/04/2023. GASTAL, Susana de A.; MOESCH, Marutschka M. Turismo, políticas públicas e cidadania. São Paulo: Aleph, 2007.

MAPA DE CULTURA RJ. **Theatro Dom Pedro**. n/d, n/p. Disponível em: <http://mapadecultura.com.br/manchete/theatro-dom-pedro>. Acesso em: 06/04/2023.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Segmentação do turismo**. Brasília: 20/12 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/segmentacao-do-turismo>  
Acesso em: 30/03/2023.

MUSEU CASA DO COLONO. n/d, n/p. Disponível em: <https://www.petropolis.rj.gov.br/museu-casa-do-colono/>. Acesso em: 30/03/2023.

PERROTTA, Isabella. **Promenades do Rio**: a turistificação da cidade pelos guias de viagem de 1873 a 1939. Rio de Janeiro: Topbooks. 2015.

PETRÓPOLIS PREFEITURA. **História**. n/d, n/p. Disponível em: <https://www.petropolis.rj.gov.br/turispetro/historia> Acesso em: 08/04/2023.

HSIEH, Jasper. "The Role of Regional Museums in Urban Politics". In **Full Papers of the AIMAC 2019 Conference**. Veneza: Università Ca'Foscari, 2019. v. 1. Veneza: AIMAC, 2019.

HUYSEN, Andreas. **Seduzidos pela memória**. Rio de Janeiro: Aeroplano. 2000.

HUYSEN, Andreas. **Culturas do passado-presente. Modernismos, artes visuais e políticas da memória**. Rio de Janeiro: Contraponto/Museu de Arte Moderna. 2014.

LIPOVETSKY, Gilles. "Tempo contra tempo, ou a sociedade hipermoderna". In: CHARLES, Sébastien; LIPOVETSKY, Gilles. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Editora Barcarolla, 2004.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

RICHARDS, Greg. **Rethinking Cultural Tourism**. Cheltenham: Edward Elgar 2021.

RICHARDS, Greg. Cultural Tourism 4.0: Developing the latest wave of cultural consumption. In academia.edu. 2022. Disponível em: [https://www.academia.edu/74967543/Cultural\\_Tourism\\_4\\_0\\_Developing\\_the\\_latest\\_wave\\_of\\_cultural\\_consumption](https://www.academia.edu/74967543/Cultural_Tourism_4_0_Developing_the_latest_wave_of_cultural_consumption). Acesso em: 08/04/2023.

RICHARDS, Greg.; RAYMOND, Crispin. Creative tourism. Atlas News, n. 23, p. 16-20, 2000. Disponível em: [https://www.academia.edu/1785786/Creative\\_Tourism\\_-\\_Richards\\_and\\_Raymond\\_2000](https://www.academia.edu/1785786/Creative_Tourism_-_Richards_and_Raymond_2000). Acesso em: 08/04/2023.

RJ. GOV. BR. **Theatro Dom Pedro**. In Mapa de Cultura RJ. Disponível em: <http://mapadecultura.com.br/manchete/theatro-dom-pedro>. Acesso em: 08/04/2023.

SOU PETRÓPOLIS. “Petrópolis ganha um Museu dos Brinquedos”. In Sou Petrópolis / Turismo. 26/06/2021. Disponível em: <https://soupetropolis.com/2021/06/26/petropolis-ganha-um-museu-dos-brinquedos/>. Acesso em: 08/04/2023.

VALLEJO, Irene. *O infinito em um junco: a invenção dos livros no mundo antigo*. Rio de Janeiro: Intrínseca. 2022.

VISITE PETRÓPOLIS. Casa Stefan Zweig. n/d, n/p. Disponível em: <http://www.visitepetropolis.com/o-que-fazer/perfil/casa-stefan-zweig/>. Acesso em: 08/04/2023.

\*\*\*

#### Sobre os autores:

**Isabella Vicente Perrotta:** Designer pela ESDI/UERJ, Mestre em Design pela Puc-Rio, Doutora em História, Política e Bens Culturais pela FGV-Rio. É professora e Pesquisadora na ESPM-Rio onde leciona na graduação de Design e no Mestrado de Economia Criativa.

Pesquisa História, narrativas e práticas do campo do design; História, Representação e Identidade do Rio de Janeiro enquanto Cidade e Destino Turístico; Patrimônio e Museus sob a perspectiva da Economia Criativa.

\*\*\*

**Artigo recebido para publicação em:** 28 de abril de 2023.

**Artigo aprovado para publicação em:** 29 de agosto de 2023.

\*\*\*

#### Como citar:

PERROTTA, Isabella Vicente. O museu (e os outros museus) na construção e ressignificação de Petrópolis como destino turístico histórico. *Revista Transversos*. Dossiê: Por uma História do Turismo: Atividade e fenômeno turístico em perspectiva histórica. Rio de Janeiro, n°. 28, 2023. pp. 77-95. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/transversos/article/view/75381>. ISSN 2179-7528. DOI: 10.12957/transversos.2023.75381

