

Aleijadinho e Thebas: Afirmção e Negação na Realidade Turística Brasileira¹

Arley Andriolo²

RESUMO: Como se constroem os valores históricos e artísticos que mobilizam os turistas no Brasil? – Apenas uma pequena minoria de turistas tem como motivação primária a história e a arte. Ao pesquisador cabe questionar como são produzidos e fixados valores e imagens na mentalidade dos turistas. Nota-se, de imediato, uma supervalorização de um único “artista”, em detrimento dos seus congêneres de outras localidades. Através da comparação de dois casos de valorização de artífices da América Portuguesa, um morador de São Paulo – Thebas –, e outro de Vila Rica – Aleijadinho –, ambos atuantes no século XVIII, discute-se como determinados nomes foram apropriados pela indústria do turismo na constituição de seus produtos, enquanto outros foram lançados no esquecimento, num processo de afirmação e negação da realidade turística brasileira.

PALAVRAS-CHAVE: turismo cultural; arte colonial, representações sociais, Aleijadinho e Thebas, produto turístico, cidades históricas, Minas Gerais, Brasil.

ABSTRACT: How historic and artistic values are constructed for mobilisation of Brazilian tourists? Only a little part of the tourists has in art and history his first motivation. The researcher role is to investigate how the values and images are built and fixed at the tourist mind. We can observe that the attention is directed and reinforced to a single artist, to the detriment of the others. The comparison of two different

1. Texto elaborado a partir de comunicação apresentada, com o auxílio da FAPESP, no Seminário Nacional *Turismo e Cultura – A História e os Atrativos Regionais*, Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões e Centro de Cultura Missioneira, Santo Ângelo (RS), em abril de 1998. Agradecimentos a Adriana Fernandes de Oliveira e Artur Andriolo pelas sugestões.

2. Graduado em História pela FFLCH-USP. Mestre pela FAU-USP. Professor no curso Técnico em Turismo da Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado e na Graffit Projetos e Planejamento Turísticos. End.: Rua Vitorino Carmilo, 830, apto. 163-B, Campos Elíseos – São Paulo – SP – Brasil.

that lived in São Paulo city – Thebas – and Vila Rica – Aleijadinho –, in the XVIII century, arises the question: How and why some names were appropriated for the tourism industry. It is a process of affirmation and negation in the Brazilian tourist reality.

KEYWORDS: *cultural tourism; Aleijadinho and Thebas, social representation, colonial art, touristic product, historical cities of the Minas Gerais, Brazil.*

Introdução

Da massa de turistas da atualidade apenas uma pequena minoria tem como motivação primária a arte (contemporânea ou passada), embora uma grande maioria seja permeável aos valores atribuídos a tais manifestações. Valores que podem ser artísticos ou documentais, dependendo do objeto a que se refere. Justamente nessa parcela maior de turistas são fixadas imagens e valores advindos de fontes diversas, como a mídia em geral ou a educação, constituindo o valor dos atrativos turísticos.

Do ponto de vista da História e da Psicologia Social, essas imagens e valores são representações sociais provenientes dos conflitos entre os diversos grupos, cada qual em defesa de suas próprias representações, resultando na legitimação de determinadas posições hegemônicas. Deve-se questionar, portanto, quais são essas imagens, que características assumem na mentalidade dos turistas e como são produzidas. O caso proposto neste momento envolve o mestre Antônio Francisco Lisboa, o Aleijadinho, representante principal dos artífices coloniais. A partir deste surge a hipótese: quando ocorre uma supervalorização de um único artista, esta se dá em detrimento dos congêneres de seu local de origem e de outras regiões brasileiras.

Através da comparação do papel assumido pela figura do Aleijadinho, Antônio Francisco Lisboa, habitante de Vila Rica (atual Ouro Preto), com outro mestre da América Portuguesa, Joaquim Pinto de Oliveira, o lendário Thebas, morador de São Paulo no século XVIII, discute-se como determinados nomes foram apropriados pela “indústria do turismo” na constituição de seus produtos, enquanto outros foram lançados no esquecimento. Adota-se então a categoria de “negação da realidade turística próxima” para buscar as explicações econômicas e sociais do problema.

Thebas: Exemplo de Negação

Quem foi Thebas? É uma pergunta de cuja resposta parece estar ainda muito distante. Afora os intelectuais que participaram dos debates sobre a arte paulista em

meados do século XX e alguns especialistas da atualidade, o nome em questão está lançado no esquecimento.

Nuto Sant’Anna, em 1937, época em que era membro da divisão de documentação do Departamento de Cultura da Prefeitura de São Paulo, publicou uma coletânea de artigos sob o título de *São Paulo Histórico*, pela qual trazia a público informações coletadas em seus trabalhos junto àquela instituição. Entre as características notadas por Sant’Anna sobre aquele construtor estava sua origem mestiça, era mulato, desenvolto e inteligente. Thebas possivelmente tenha sido uma alcunha, dada a esse trabalhador, devido a algumas de suas qualidades percebidas em suas obras. Para Sant’Anna e outros pesquisadores, o portador de tal alcunha seria Joaquim Pinto de Oliveira, conhecido como Thebas.

Entre suas obras figurariam a torre da antiga Catedral de São Paulo (demolida no início do século XX), a torre do Recolhimento de Santa Teresa (também demolido) e o chafariz da Misericórdia (este desaparecido após sua remoção do largo homônimo); todas realizações de meados do século XVIII. Para Sant’Anna, confirma-se com a documentação apenas as obras do chafariz, mas não se nega, porém, as outras atribuições.

Nos quatorze volumes das *Atas*, que vão de IX a XXII, abrangendo os anos de 1720 a 1822, apenas encontramos o nome de Thebas duas vezes [...]. Essas duas vezes aparecem a propósito [sic] do concerto da fonte de São Francisco.... (Sant’Anna, 1937:50).

Paulo César Xavier Pereira retomou o nome de Thebas ao tratar do problema da persistência da construção com terra em São Paulo.

Desse primeiro momento da história de São Paulo perduram umas poucas “casas bandeiristas”, preservadas quase que como relíquias pelo serviço do patrimônio histórico. Também, resta a menção do nome Tebas, uma lembrança mitificada do antigo taipeiro paulista (Xavier Pereira, 1993:134).

O termo Thebas poderia ter sido aplicado como apelido a várias pessoas, quiçá trabalhadores da construção. Conclui o pesquisador:

Desta maneira Tebas é lembrado como um mito, representado no nome de um personagem mitificado. Porque nome próprio das narrações lendárias dos antigos costumes e fatos da cidade (Xavier Pereira, 1993: 137).

O processo de modificação da cidade de São Paulo, com o desenvolvimento do café no interior paulista, na virada para o século XX, resultou na instauração de técnicas européias de construção. Não somente a técnica, mas também o trabalhador

se tornaram europeus. A imigração crescente lançou braços imigrantes nos canteiros de obra, enquanto os trabalhadores tradicionais das construções paulistas, os taapeiros, foram perdendo oportunidades. Nas palavras de Xavier Pereira:

Ao impor a reconstrução da cidade com tijolos, a elite cafeeira fez esquecer o conhecimento do construir com taipa e, sobretudo, relegou as condições sociais para a existência dos taapeiros (Xavier Pereira, 1993:135).

Havia nessa atitude da elite paulistana uma tentativa de reconstruir a imagem de São Paulo através da negação sistemática do seu passado. A afirmação da arquitetura eclética e o *art nouveau* de influência européia referem-se, nesse contexto, à imagem ideologicamente construída do progresso do café, pela negação da cidade colonial que no seu conteúdo deveria inserir a taipa e o taapeiro.³

Pela força da negação, apesar de algumas condições privilegiadas, dentre as quais a sua retomada por Nuto Sant'Anna, a lenda e a mitificação em torno de Thebas ficaram restritas a campos específicos do conhecimento. Nas representações sociais da cidade de São Paulo, desde as primeiras décadas do século XX, negava-se o passado para afirmar-se um futuro modernizante. Observa-se aqui uma primeira "fase" da negação dos nomes ligados à arte colonial de São Paulo, movida pelo desenvolvimento econômico da capital paulista.

Aleijadinho: Maior Exemplo de Afirmação

A oposição esboçada pelo título deste trabalho leva a outro extremo de um longo processo de valorização e esquecimento de artífices e mestres de ofício da América Portuguesa, trata-se da presença do mestre Antônio Francisco Lisboa, conhecido mormente pela alcunha de Aleijadinho. Sobre este personagem, morador de Vila Rica no século XVIII, poder-se-ia abster de qualquer comentário, tendo em vista a volumosa produção sobre sua vida e obra.

Antônio Francisco Lisboa teve seu nome fixado desde 1858 quando foi publicado o conhecido trabalho de Rodrigo José Ferreira Bretas. Sendo, a partir deste, reproduzido em vários textos e em atribuições indevidas acerca de diversas obras coloniais mineiras. Geraldo de Moraes informa a esse respeito o seguinte:

Nas cidades coloniais mineiras, todos os monumentos de arquitetura e escultura valiosos passaram a ser indistintamente atribuídos ao Aleijadinho: portadas, altares e santos das igrejas barrocas. Formou-se, pois, um quiproquó em torno da verdadeira obra do artista, em decorrência da falta de comprovação material, omissão que se fazia ressentir tanto no ensaio de Bretas, quanto nos estudos de autores contemporâneos. Em 1934, ocorre o "affaire" Aleijadinho, de sentido polêmico, devido ao opúsculo de Teófilo Feu de Carvalho... [...]. Obstinados adversários lhe negaram até a autoria de obras autênticas, através de dolosas interpolações dos manuscritos. O Aleijadinho se tornou, então, um mito, um ídolo de barro (Moraes, 1977:14).

Nessas discussões intercederam os profissionais do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, em funcionamento a partir de 1937. Para Geraldo de Moraes, as pesquisas feitas então comprovaram "de maneira definitiva e insofismável" as obras devidas ao Aleijadinho (Moraes, 1977:17), as quais seriam, em grande parte, as que Bretas enunciara em seu trabalho.

Muitas obras ainda hoje são questionadas como atribuições duvidosas. A utilização indébita do nome do mestre pode ser notada mesmo em pequenas notas de jornal, como em *O Estado de S. Paulo*, na metade do século XX, quando informava o fechamento da igreja de São Francisco de São João del Rei, "na qual se encontram notáveis obras do Aleijadinho" (1957: 22). Afora um projeto que não foi aplicado integralmente, não se comprova a participação do Aleijadinho nas obras dessa igreja, onde figura em grande parte o trabalho excepcional de Francisco de Lima Cerqueira.⁴ De qualquer forma, como Moraes afirmou, desde os anos 40 já estava o nome Aleijadinho consagrado como mito, representando no imaginário nacional o conjunto de artífices coloniais.

Negação da Realidade Turística Próxima

Mário de Andrade, com seu vasto conhecimento em história e filosofia da arte, é um dos principais citados nos trabalhos sobre o Antônio Francisco Lisboa. Para ele Aleijadinho é: "...o único artista brasileiro que eu considero genial, em toda eficácia do termo" (Andrade, 1920:105). Nessa afirmação sobre o artista único, Mário nega, em grande parte, outros artistas de Minas Gerais e, também, de outras regiões do Brasil. Parece assim que o problema levantado por Hadjinicolaou (1989:46), pelo qual a história pessoal do artista sobrepõe-se ao conjunto da história da arte, deve ser considerado.

O esquecimento para o qual foi lançado Thebas está diretamente ligado às apropriações de discursos vários realizadas pelo turismo na sua organização indus-

3. A que se notar que, por volta de 1914, surgiu em São Paulo um movimento de valorização da arquitetura colonial (o *neocolonial*), pelas mãos do arquiteto Ricardo Severo nas edificações e, posteriormente, em reconstituições pictóricas de paisagens coloniais paulistas encomendadas pelo diretor do Museu Paulista, Afonso Taunay. Essas tentativas não atingiram dimensão suficiente para bloquear o avanço das demolições, tampouco deixaram de ser efêmera e restrita a poucos interessados.

4. Também Mário de Andrade a teve como "legítima" do Aleijadinho. Sobre esta questão, ver os trabalhos de Paulo Mourão (1986:111) e Myriam de Oliveira (1994:18).

trial a partir dos anos 50 (Andriolo, 1998:87). Inocentemente, o próprio Mário de Andrade forneceu parte desses discursos, quando, além da citada frase sobre o Aleijadinho, teceu comentários sobre a arte em São Paulo colonial. Iniciando seu artigo sobre a Capela Santo Antônio, em 1937, escreveu:

Vagar assim, pelos mil caminhos de São Paulo, em busca de grandezas passadas, é trabalho de fome e de muita, muita amargura. Procura-se demais e encontra-se quase nada. Vai subindo no ser uma ambição de achar, uma esperança de descobrimentos admiráveis, quem sabe se em tal capela denunciada vai-se topar com algum S. Francisco? já não digo tão inédita como a de São João d'El-Rei, mas pelo menos tão linda como a de João Pessoa... (Andrade, 1978:151).

Novamente o espectro da igreja de São João del Rei persegue o escritor. A força da imagem de tal construção, julgada por ele como obra do Aleijadinho, dificultou a percepção junto às obras de seu próprio ambiente. Mais adiante, o autor nota que apenas com muita paciência pode-se encontrar algumas obras de valor histórico em São Paulo (jamais artístico),

...que São Paulo não pode apresentar documentação alguma que, como arte, se aproxime sequer da arquitetura ou da estatuária mineira, da pintura, dos entalhes e dos interiores completos do Rio, de Pernambuco ou da Bahia (Andrade, 1978:151).

A essa negação de valor das obras no ambiente de origem do indivíduo, em contraposição à afirmação de uma localidade distante, pode-se chamar de “negação da realidade turística próxima”. Esse conceito foi trabalhado há algumas décadas por H. Raymond e citado por Fuster quando escreveu:

Esta cultura embrionária de las masas viene acompañada y agravada por el desconocimiento de la riqueza cultural del lugar propio de residencia, en donde carece de vacaciones: el parisiense medio que conoce la plaza de San Marcos desconoce el Museo del Louvre (Fuster, 1974:40).

Raymond tratou do assunto através do termo “anulação”, o qual, parece não explicitar devidamente o problema. Sob o processo de negação nota-se a permanência de resíduos, os quais são constantemente negados na afirmação de valores hegemônicos e, no caso do turismo, distantes da realidade próxima dos consumidores.

Esta situação, no entanto, indica que o problema vai além do campo turístico e envolve o desconhecimento dos habitantes de sua própria realidade. Daí o papel fundamental da discussão remeter-se ao plano das representações sociais no entendimento do problema.

Tratando-se de arquitetura, os olhos de Mário de Andrade estavam voltados sobretudo para Minas, reconhecendo valor também nas obras do litoral nordestino e Rio de Janeiro. No que diz respeito ao restante do território brasileiro, o valor arquitetônico não pareceu digno de nota. Mário, em sua infundável erudição, escreveu outros trabalhos que revelariam apreço por artistas paulistas, como, por exemplo, sobre o pintor Jesuíno do Monte Carmelo.

A busca dos intelectuais por valores artísticos alheios à realidade provinciana da antiga São Paulo, somada ao avassalador desenvolvimento imobiliário, estigmatizou os artífices e suas obras coloniais em termos negativos. Quando se estabelece um confronto entre Thebas e Aleijadinho, está-se unindo casos extremos, mas existem outros. As pinturas do Padre Jesuíno, na igreja de N. S. do Carmo ou no Museu de Arte Sacra, a própria edificação do convento que abriga este Museu e outras obras franciscanas, ou, ainda, as casas bandeiristas, símbolos de um viver sertanejo quando a cidade era um tímido povoado, são todos resíduos fundamentais da memória histórica colonial, que, no entanto, são negados na realidade próxima que as práticas turísticas insistem em reforçar.

Conclusão

Conforme nota Pierre Bourdieu sobre a produção e circulação de bens simbólicos, a compreensão do campo da produção erudita deve considerar as instâncias de conservação – por exemplo os museus – e instâncias de reprodução como a escola. Bourdieu, 1992:116. O turismo não representa apenas uma instância de circulação dos conhecimentos produzidos, entre outros, no campo da produção erudita, caracteriza-se, em campo próprio, como uma instância de produção e reprodução. Como reproduzidor, produz novamente imagens advindas do campo erudito, modificando-as segundo necessidades próprias, fixando aquela imagem do artista único e fazendo esquecer os artistas do local onde está o seu mercado.

O turismo congrega parte dos agentes sociais que produzem e reproduzem representações sobre os lugares, os objetos e as pessoas. Como se observou, a representação dos artistas coloniais emerge do campo erudito e encontra reforço no turismo, sobretudo no anos 60 e 70. Para aprofundar essa discussão seria mister a aplicação da teoria das representações, sobretudo no que diz respeito aos processos de “objetivação” e “ancoragem”, como quer Jodelet (1984:367): “Ils montrent l'interdépendance entre l'activité psychologique et ses conditions sociales d'exercice.”

Com a referida organização industrial do turismo no Brasil a partir dos anos 50 e a criação de mercados para esse fim, principalmente no Rio de Janeiro e em São Paulo, o mito Aleijadinho foi apropriado junto com outros elementos da cultura mineira na elaboração de um produto que ficou conhecido como “Cidades Históricas de Minas” (Andriolo, 1999). Analisando os discursos das propagandas turísticas desse momento, pode-se identificar os conteúdos que fixam as representações do “artista único”.

Em 1960, a agência de turismo Eves de São Paulo, por exemplo, publicou significativa afirmação sobre Aleijadinho diante do turismo mineiro:

Viagem às origens da História do Brasil, magnífico roteiro de 7 dias a Minas Gerais e suas cidades históricas. [...] Ouro Preto - berço da Inconfidência - suas igrejas, copiosas obras de arte do genial Aleijadinho, Congonhas do Campo e seus profetas... (O Estado de S. Paulo, 1960:6).

Na passagem de Aleijadinho do campo erudito para o campo turístico, também não restou lugar para nenhuma referência a outros mestres de Minas, Antônio Francisco Lisboa tornou-se responsável por todas as igrejas de Ouro Preto. Nessa propaganda (e também em outras), nenhuma menção é feita a seus contemporâneos, como Manuel Francisco Lisboa, Francisco Xavier de Brito, ou Francisco de Lima Cerqueira.

Como se vê, a questão pode ser estendida a outros nomes da América Portuguesa e a discussão acerca do mérito que distinguiria Thebas de Aleijadinho não interfere pois na problemática aqui exposta. Pelo que se tem por comprovado hoje, Joaquim Pinto de Oliveira produziu um pequeno número de obras (inexistentes na atualidade) em relação a Antônio Francisco Lisboa, sendo este último reconhecido mundialmente pelas formas que projetou para igrejas e esculturas. O problema fundamenta-se na necessidade da representação de um grande artista como móbil turístico, seja qual for a materialidade e o mérito de sua obra, na afirmação de uma realidade turística distante do local onde se estabelecia o principal mercado consumidor, difundido posteriormente a outros.

A contradição entre a negação e afirmação de nomes ligados à arte colonial não se limita, assim, ao caso citado de Thebas, é um problema para a realização do turismo em níveis regional e local, no confronto com a hegemonia de pacotes consagrados e definidos através dos agentes dos grandes mercados turísticos. A representação do Aleijadinho criou barreiras ao potencial turístico de vários Thebas espalhados pelo Brasil.

A negação da realidade turística próxima também diz respeito, pois, à criação de produtos turísticos, como foi exemplar o caso mineiro. Ao que parece, o "turismo industrial" tem se servido apenas de recortes limitados do conhecimento produzido no campo erudito, impondo a reprodução de determinados conhecimentos da história da arte e lançando outros no esquecimento. Foram negados os trabalhadores da própria região de Antônio Francisco Lisboa e, depois, os artífices e mestres de outras regiões do Brasil. Para se aprimorar esta análise, deve-se buscar a produção social do conhecimento sobre os atrativos turísticos e a sua fixação no imaginário nacional como móbil e motivação turísticos.

Referências Bibliográficas

- ANDRADE, M. Moraes de. 1920. Arte religiosa no Brasil. *Revista do Brasil*, v. 14, p.102-111.
- ANDRADE, Mário de. 1978. A Capela Santo Antônio. In: *Arquitetura religiosa*. São Paulo/Rio de Janeiro: FAU-USP/MEC-IPHAN.
- ANDRIOLO, Arley. 1998. Turismo industrial e a cidade histórica no Brasil. In: LIMA, Luiz Cruz (org.). *Da cidade ao campo: a diversidade do saber-fazer turístico*. Fortaleza: UECE.
- _____. 1999. *Ouro Preto, 1897-1973: a construção social de uma cidade histórica turística*. Dissertação (Mestrado), Faculdade de Administração e Urbanismo da Universidade de São Paulo.
- BOURDIEU, Pierre. 1992. *A Economia das trocas simbólicas*. 3ed. São Paulo: Perspectiva.
- O ESTADO DE S. PAULO. 19 maio, 1957. p.22
- _____. 12 jun., 1960. p. 6.
- FÜSTER, Luis Fernandez. 1974. *Teoría y técnica del turismo*, Tomo I. Madrid: Nacional.
- HADJINICOLAOU, Nicos. 1989. *História da arte e movimentos sociais*. Viseu: Edições 70.
- JODELET, Denise. 1984. Représentation sociale: phénomènes, concept et théorie. In: MOSCOVICI, Serge (dir.). *Psychologie sociale*. Paris: PUF.
- MORAES, Geraldo Dutra de. 1977. *O Aleijadinho de Vila Rica*. São Paulo: Conselho Regional de Farmácia do Estado de São Paulo.
- MOURÃO, Paulo Krüger Corrêa. 1986. *As igrejas setecentistas de Minas*. Belo Horizonte: Itatiaia.
- OLIVEIRA, Myriam Andrade Ribeiro. 1994. Barroco e rococó na arquitetura colonial mineira. *Revista do IAC*, p.13-19.
- SANT'ANNA, Nuto. 1937. *São Paulo histórico (Aspectos, Lendas e Costumes)*. São Paulo: Departamento de Cultura. V.1.
- XAVIER PEREIRA, Paulo César. 1993. Negando a tradição: Tebas e a negação das construções de taipa em São Paulo. 7ª. CONFERÊNCIA INTERNACIONAL SOBRE O ESTUDO E CONSERVAÇÃO DA ARQUITECTURA DE TERRA, Silves (Portugal): Direção Geral dos Edifícios e Monumentos Nacionais, out.1993.

Recebido em 11/9/99

Aprovado em 25/10/99