

ACTIVIDAD PICTÓRICA E IMAGEN PERCIBIDA La ciudad histórico- turística de Ouro Preto, Brasil

Arley Andriolo*
Universidad de São Paulo
San Pablo - Brasil

Resumen: La observación de los pintores que trabajaban en la ciudad de Ouro Preto (Brasil) durante el siglo XX, lleva a cuestionarse cual es la relación entre la pintura y la imagen percibida por el turista. Este artículo, basado en la investigación histórica prioriza la consideración de la imagen percibida de una ciudad histórico-turística como una producción social y psicológica. En este sentido se nota que la actividad pictórica se mezcla con las prácticas políticas y económicas en la formación de la imagen percibida por el turista.

PALABRAS CLAVE: turismo cultural; percepción; artes visuales; psicología y turismo.

Abstract: Pictorial Activity and Perception of the "Tourist-Historic City" of Ouro Preto. The observation of painters who crafted their art in Ouro Preto (Brazil) during the 20th century, leads to a question: which is the relation between painting and the tourist's perception? Based on a historical research, this article aims to analyze the tourist-historic city perception as being a social and psychological production. Thus being, one usually notices the artistic activities blending with politics and economics practices on the creation of the tourist's perception.

KEY WORDS: cultural tourism; perception; visual arts; Psychology and Tourism.

INTRODUCCIÓN

Una pintura al óleo sobre madera perteneciente a la colección del Museo de Arte Contemporáneo de la Universidad de São Paulo, titulada *Ouro Preto* y realizada por el artista Alberto da Veiga Guignard en 1951, presenta esa ciudad histórica como en un sueño. En el campo de la percepción aquellos trazos no son otra cosa que capillas dibujadas sobre las montañas. Sin embargo, existe un elemento impreciso inventado por el artista y compartido con el espectador. En un reportaje, escrito pocos años antes de la muerte del pintor, Guido de Almeida (1960:52) afirmó:

Guignard supo ver Ouro Preto porque la vio no con los ojos muertos de un turista apresurado o de un historiador aburrido, sino con los ojos simples de su alma de niño. Por ese motivo muchos dicen que Guignard nos enseñó a ver Ouro Preto.

* Doctor en Psicología Social y Profesor del Instituto de Psicología de la Universidad de São Paulo, donde se desempeña como investigador del Laboratorio de Estudios en Psicología del Arte. E-mail: arley@usp.br

Esta última afirmación se constituye en una de las principales síntesis de la forma en que se percibe la obra pictórica de Guignard y guarda un gran secreto. Al considerarse que el pintor enseñó a ver, se sugiere que había algo oculto, velado al ojo común y develado en el lienzo a través de la pintura. Al hacerlo se olvida de aquello que es propio del artista, es decir, la invención de un mirar. De esto deriva la siguiente pregunta: ¿cuál es la relación entre la actividad pictórica y la percepción del turista en las ciudades históricas?

Fotografía 1: Vista panorámica de Ouro Preto



Fuente: El autor 1997

El objetivo de este estudio es analizar la participación de la práctica artística en la formación psico-social de la percepción del turista. Para esto se escogió a la primera ciudad brasileña reconocida oficialmente por sus valores históricos y artísticos, Ouro Preto. Se inició entonces una investigación histórica con el fin de inventariar la producción pictórica y los documentos escritos acerca de esa ciudad, particularmente entre las décadas de 1950 y 1970, período de notable incremento de las actividades turísticas con la instalación de las primeras posadas y la afluencia de artistas que llegaban a visitar o habitar la ciudad. En este contexto, el pintor Guignard ocupó un lugar central. Él y otros artistas contribuyeron con sus visiones personales en la constitución del mundo social de la percepción de la imagen de la ciudad histórica turística. Ese mundo fue ordenado por discursos provenientes de diarios locales y de nivel nacional, publicaciones de diversa índole, materiales iconográficos de difusión, tarjetas postales y publicidad de los hoteles, además de las imágenes pictóricas. Del total de la amplia documentación examinada surgen dos índices fundamentales para la investigación que son: el nacionalismo y el paisaje pintoresco. Entre la variedad de pinturas producidas en aquel tiempo

se puede observar una selección y, consecuentemente, una mayor difusión de aquellas que se asociaban a las ideas nacionalistas en la representación de paisajes pintorescos. La descripción de la actividad pictórica en la ciudad de Ouro Preto, cruzada con los discursos y materiales de difusión turística sobre los atractivos y la hotelería, contribuyen a valorar la importancia de las prácticas artísticas en la formación de la percepción del turista. Una visión panorámica de la ciudad de Ouro Preto se tiene en la Fotografía 1.

PERCEPCIÓN ARTÍSTICA DE OURO PRETO

Teniendo en cuenta que los artistas están ligados a una sola y única red del Ser, según escribió el filósofo Merleau-Ponty (1964:89), *el verdadero pintor transforma, sin saber, los datos de todos los otros*. Por lo tanto, al proponer pensar la pintura en Ouro Preto y sus relaciones con el ámbito turístico es necesario establecer mínimamente las conexiones que unen retrospectivamente a los artistas con la historia del paisaje de Minas Gerais así como, de manera proyectiva, los desdoblamiento de los discursos e imágenes en la práctica pictórica de la ciudad histórico-turística.

Hay diferentes imágenes y discursos implicados en este proceso. Se recuerdan los de Diogo de Vasconcellos, Mário de Andrade, Afonso Arinos, entre otros, sobre los cuales no se volverá aquí. Basta mencionar que formaron, entre los intelectuales brasileños desde las primeras décadas del siglo XX, una serie de ideas sobre los residuos arquitectónicos y artísticos de la América portuguesa. Paralelamente a esto comenzaban a producirse los primeros viajes turísticos en Brasil (Andriolo 1999).

Desde entonces, los pintores que recorrían las antiguas regiones de explotaciones mineras tienen su visión influenciada por el entrecruzamiento de por lo menos tres fuentes: primero, el ambiente arquitectónico y topográfico; segundo, la pintura de sus maestros y de otros pintores; y finalmente, la ilusión retrospectiva acerca de un pasado nacional.

Cuando el lema *Descubrir Brasil* hizo eco entre los modernistas brasileños, artistas y escritores recorrían las ruidosas carreteras del estado de Minas Gerais durante la Semana Santa de 1924. Mário de Andrade, Oswald de Andrade y su hijo Nonê, Tarsila do Amaral, Olívia Guedes Penteado, René Thiollier, Blaise Cendrars y Godofredo da Silva Telles seguirían los senderos de la Carretera de Ferro Central de Brasil. Primero fue visitada la ciudad de São João del Rei, después Tiradentes y Belo Horizonte, para bajar finalmente las laderas ouropretanas. Los “nuevos bandeirantes”, como fueron llamados, hicieron entonces una contribución fundamental a la producción social y psicológica, simbólica y estética del paisaje minero (Andriolo 2002).

Desde su viaje a Francia en 1923, Tarsila do Amaral bregaba por lo que quedaba del arte brasileño. En la opinión de Aracy Amaral (1975: 95) la pintora fue influenciada por aquel viaje

principalmente en lo que respecta a las formas y colores de los caseríos. En sus declaraciones, Tarsila do Amaral (1939) expresa deslumbramiento frente a las decoraciones populares de las casas residenciales, una vuelta a la tradición, a la simplicidad. Decía: *encontré en Minas los colores que adoraba en mi infancia. Me habían enseñado que eran feos y pueblerinos. Me dejé llevar, pero después me vengué de esa presión, reproduciéndolos en mis propias telas.*

Así se constituyó una mirada sobre esos lugares. Según Ángela Brandão (2000:418), la ciudad histórica es para el artista un espacio imaginado. Además, al analizar Brandão los dibujos realizados durante aquel viaje encuentra un trabajo artístico íntimamente ligado a los viajes y las percepciones de las ciudades de Minas Gerais, de Recife y de Medio Oriente.

A Tarsila se la podría denominar artista-viajera y los temas de sus trabajos podrían ser entendidos como distintas versiones de recorridos por el mundo, como souvenirs que traía guardados en el equipaje de regreso, relatos o recuerdos de las ciudades que conoció (Brandão 2000:415).

Sus esbozos de 1924 guardaban intenciones de adaptar los temas brasileños a los trazos cubistas, en la producción de imágenes de las ciudades históricas, sus diseños son resúmenes o esencias de vistas de las ciudades marcadas por el tiempo (Brandão 2000:419).

La relación espacio-tiempo, evidentemente expuesta en la iconografía de las ciudades mineras originarias del siglo XVIII, se basa en una descripción pictórica del paisaje por medio de elementos pintorescos. Tales elementos se constituyen en una categoría de percepción, por medio de la cual se puede comprender de qué manera la pintura y la mirada del turista comparten una misma experiencia psico-social. Cuando Michael Baxandall (1991) estudió la mirada sobre el arte como experiencia social se basó en la noción de *estilo cognitivo* proveniente de la psicología de Herman Witkin (1967) y de la antropología de la percepción, considerando a autores como Segall, Campbell y Herskovitz (1966). Tales contribuciones permiten afirmar que algunos instrumentos mentales y la experiencia visual humana son variables en relación a la cultura y a la sociedad.

Entre esas variables existen las categorías por medio de las cuales el hombre clasifica sus estímulos visuales, el conocimiento que empleará para integrar el resultado de su percepción inmediata, y la actitud que asumirá delante del tipo de objeto artificial que se le presenta (Baxandall 1991:48).

En este sentido, la categoría de la percepción designada pintoresco es concebida en este artículo como una clasificación de los estímulos visuales que, en la experiencia social brasileña, fundamentó la percepción del turista frente a las ciudades históricas.

Hay una intrínseca relación entre el desarrollo del mercado turístico brasileño y la opresión emergente en las grandes ciudades con la producción imaginaria del paisaje colonial con trazos pintorescos y bucólicos (Andriolo 1999).

La observación de los cuadros de Tarsila muestra la ambigüedad de esa producción; Por un lado la nostalgia contenida en imágenes de haciendas, pueblos rurales y ciudades antiguas, y como contrapartida, la destrucción de los recuerdos y la nostalgia en medio del crecimiento de las ciudades industriales. En síntesis:

La aparición de la ciudad histórica y también la desaparición [...] las dos operaciones que el artista realiza en sus creaciones son esas: el registro mínimo como memoria, y el registro rápido como viaje (Brandão 2000:421).

GUIGNARD Y LA CIUDAD HISTÓRICO-TURÍSTICA

Las guías de turismo y los suplementos de turismo de los diarios se encuentran entre los mayores responsables de la constitución simbólica de los atractivos turísticos producidos en Brasil entre las décadas de 1930 y 1970 cuando se amplió el consumo de la literatura especializada debido a la necesidad de hacer operativos los viajes. La organización del turismo en Ouro Preto demuestra que las representaciones sobre la ciudad y el arte colonial minero estaban interesando a una parte bastante importante de la población, principalmente en las capitales, São Paulo y Río de Janeiro. Claro que el grupo de turistas era incipiente, formado principalmente por curiosos y estudiosos dispuestos a enfrentar caminos escabrosos y obstáculos de todo tipo. En los diarios de esa época no sólo se leía sobre los asuntos generales de las ciudades turísticas, sino sobre la historia del barroco minero, por ejemplo, en los artículos de Lourival Gomes Machado o Sylvio de Vasconcellos.

Sin embargo, no sólo esas fuentes literarias o periodísticas, participaron de manera fundamental en la percepción de la ciudad histórico-turística; también existen otras fuentes, además del texto escrito, que contribuyeron en este proceso, involucrando al público no lector.

Considerando que el turismo se constituye como una red de relaciones sociales culturalmente definidas (Araújo 2002:142), conviene destacar, según John Urry (1996), que las actividades ligadas al consumo turístico son construidas en la imaginación por la propaganda y por los medios de comunicación, entre los que se podrían incluir las imágenes pictóricas. Un estudio de Andriolo (1999) muestra con más profundidad la circulación de imágenes ouropretanas por el territorio brasileño, a través de exposiciones de réplicas de las esculturas de Aleijadinho o de referencias simbólicas materializadas en ritos nacionales. Por ejemplo, la cruz delante de la Iglesia Nuestra Señora de Brasil, en la ciudad de São Paulo, fue construida en 1956 como una réplica de la cruz de la capilla de Nuestra Señora del Rosario del Padre

Faria de Ouro Preto. Como señala Damasceno (1994). La campana de esa capilla del Padre Faria fue transportada hasta Brasilia donde repicó durante la inauguración de la nueva capital del Brasil el día 21 de abril de 1960, fecha en que se conmemora el día de Tiradentes, mártir de la independencia brasileña.

En este artículo interesa pensar de la manera en que la iconografía de la ciudad histórica se relaciona con la formación de la percepción del turista. El hilo conductor entre Ouro Preto y Brasilia radica en el proyecto político de Juscelino Kubitschek que, antes de ser presidente, atrajo a Alberto da Veiga Guignard hacia Belo Horizonte. Nombrado alcalde de Belo Horizonte en 1940, Juscelino involucró en su proyecto político tanto al arte moderno como a la planificación del turismo. En el espacio de la Pampulha están representados Oscar Niemeyer, Cândido Portinari y Burle-Marx. Para la creación de una nueva escuela de arte el alcalde había pensado primeramente en el pintor Pancetti y después, por sugerencia de Portinari, invitó a Guignard quién se radicó en la capital minera en 1944. Allí, este artista asumió la dirección del curso de Pintura y Dibujo, recién creado en el Parque Municipal (futura Escuela de Bellas Artes de Belo Horizonte).

Además de participar en el grupo modernista en Minas Gerais fue, sobre todo por su producción pictórica de paisajes mineros, que Guignard se ganó su lugar. Para Ivone Vieira (1988:92), el trazo distintivo de ese pintor fue el elemento lírico.

Los paisajes de Guignard pasaron a ser vistos como signos de revolución, considerando el modo original de interpretar la realidad. El provocó una ruptura en el 'continuum' histórico, en relación a la manera de pintar el paisaje minero (Ivone Vieira 1988:92).

En declaraciones realizadas por Guignard recordó que, al pisar por primera vez Ouro Preto en 1942, quedó deslumbrado con aquella ciudad negra, silenciosa, abandonada. Aún era de noche y resolvió sentarse en lo alto de un morro a aguardar el amanecer: *por una extraña ilusión óptica, tuve la impresión de que las iglesias iban subiendo hasta las nubes...* (Almeida 1960:52).

Sus telas entregan al espectador paisajes fluidos, oníricos, con montañas y brumas matinales. Al pintar un paisaje expresa una experiencia del mundo que es, al mismo tiempo, personal y colectiva. Observando las telas de Cézanne, Merleau-Ponty (1980) decía que las tradiciones proporcionan el sentido literal de la obra, considerando que las creaciones del artista imponen un sentido figurado que antes de ellas no existía. Se trataba de una "operación expresiva" que inventó un nuevo mirar sobre la ciudad histórica.

No obstante la afirmación de José Durand (1989) acerca de que el desarrollo del comercio de pinturas modernistas se enfatizó recién a partir de 1960, hacia fines de la década anterior el

valor de las obras de Guignard ascendía, generando un conflicto entre los *marchands* y los amigos-protectores del maestro, quien en esa etapa de su vida ya tenía la salud muy precaria (Vieira 1988). Es en ese momento cuando surge la idea de la creación de la Fundación Guignard, a cargo de Lúcia Machado de Almeida. Este proyecto se efectiviza en noviembre de 1961. Para el Consejo Consultivo de la Fundación fueron electos, entre otros, Almeida Whitaker Gondim de Oliveira, Gustavo Capanema, Rodrigo Mello Franco de Andrade, Lourival Gomes Machado, Anibal Machado, Amaro Lanari Júnior y, como presidente, Milton Campos. La Fundación duró dos años y el Museo Guignard fue inaugurado en la ciudad de Ouro Preto recién en 1987.

Como profesor del Curso Libre de Dibujo y Pintura, Guignard llevó varias veces a sus alumnos a la antigua capital de Minas, utilizando el escenario del pasado como objeto perceptible y cognoscible para los alumnos en la producción del arte moderno. Entre los que retrataron Ouro Preto, por ejemplo, se encuentran Neli Frade y Wilde Lacerda. La primera participó de los trabajos de Di Cavalcanti para el Forum de la Rua Goiás, en Belo Horizonte, y el segundo, disidente de la Escuela Guignard, participó en los inicios de la Escuela de Bellas Artes de la Universidad Federal de Minas Gerais, en 1957.

IMÁGENES ARTÍSTICAS E IMÁGENES TURÍSTICAS

El sociólogo José Durand (1989) señaló que, en las ciudades beneficiarias de la valorización de la cultura material llamada colonial, hubo una repercusión importante en el campo de las artes plásticas, sobre todo por la atracción que tales localidades ejercieron sobre los artistas. Diversos aspectos urbanos se convirtieron en temas inagotables en las artes plásticas. En el catálogo de la exposición El Paisaje Minero, llevada a cabo en la Gran Galería del Palacio da las Artes de Belo Horizonte (noviembre- diciembre 1977), se pueden ver escenas de Ouro Preto pintadas por artistas como Renato de Lima (1951), Herculano Campos (1974), Wilde Lacerda (1974), Nelly Frade (1975), Bax (1976), Sara Ávilla (1976), Nello Nuno (1973), entre otros.

En lo que respecta a la constitución del campo turístico, las pinturas producidas con la temática de las ciudades históricas permitían la ampliación del área de recepción definida por las publicaciones literarias en los grandes centros urbanos del país. Estos centros representan también lo indicado en los análisis en relación a la creación del mercado turístico brasileño, en los cuales la producción iconográfica cumplió un papel fundamental en la creación de imagen de los productos que involucran a las ciudades históricas de Minas.

Tal efervescencia cultural aparece de inmediato en Ouro Preto como posibilidad de creación para artistas allí radicados. Primeramente, cabe considerar la apertura de cursos de arte en general en la ciudad de común acuerdo entre la Universidad y las empresas ligadas al

turismo. En 1968 el gobierno del estado de Minas Gerais, con Israel Pinheiro, instituyó la Fundación de Artes de Ouro Preto (FAOP) destinada a promover la expansión cultural y artística de Ouro Preto ofreciendo elementos para una programación turística permanente y diversificada (Barroco 1969:97).

Esta iniciativa partió de una gran amiga y entusiasta de la venerada ciudad, la consagrada actriz de teatro Domitila do Amaral. El periódico *Estado de Minas*, en su edición del 11 de julio de 1968, anunciaba:

El ambiente de Vila Rica ayuda mucho: muchachos y chicas, al salir de las aulas, se reúnen en la Plaza Tiradentes, donde encuentran el escenario para la inspiración de sus trabajos de arte...

Fotografía 2: Pouso do Chico Rei, Centro de Ouro Preto, inaugurado en 1957.

Hospedó artistas y escritores



Fotografía del autor, 1997

La fundación administraba los Festivales de Invierno -que se realizaban anualmente-, de la Bienal de Arte y se ocupaba del mantenimiento de un Centro de Documentación.

Hacia fines de la década de 1960 los poderes públicos locales parecen haberse dado cuenta de la utilidad de la producción artística en Ouro Preto. Aunque se realienta la idea en las prácticas políticas locales de recibir artistas, presente desde la década de 1920. En 1967 la Cámara aprobó un proyecto de ley del alcalde Genival Ramalho para otorgar créditos destinados a la construcción de un hospedaje para artistas que sería construido sobre las tierras de la antigua chacra de Diogo de Vasconcellos, en el barrio Água Limpa. Asimismo, la casa de los *Inconfidentes* ubicada en el morro de Gambá, sería reformada para albergar a las autoridades.

La casa de los artistas será dotada de atelier y salas especiales para reuniones, sala de música etc., además de departamentos destinados a hospedar a los artistas de afuera, desde que entren en contacto con el Departamento de Turismo de la Alcaldía, explicando las razones de su visita a la ciudad (Jornal de Ouro Preto, dic. 1967:7).

La Secretaría de Turismo buscaba concentrar junto a los festivales y a la FAOP (Fundación de Artes de Ouro Preto), el gerenciamiento de los artistas que frecuentaban la ciudad. Otra medida en este sentido fue la creación de una feria permanente de arte y artesanías, organizada por la alcaldía a partir de 1973.

En el hotel proyectado por la empresa Tropical, cada apartamento tendrá una terraza privada, lo que permitirá un adecuado aprovechamiento de las condiciones paisajísticas y artísticas del lugar, permitiendo inclusive que los pintores la utilicen como atelier (O Ouro Preto, 15 mayo 1974:1).

La representación artística de Ouro Preto, sobre todo la difusión de imágenes del espacio urbano, ganó nuevo estímulo. Con la circulación de pinturas de aspectos y temas cotidianos, Ouro Preto avanza del plano del discurso para transformarse en una referencia de imágenes de la ciudad histórica, manteniendo la hegemonía delante de sus congéneres. El famoso historiador Francisco Iglésias (1972) afirmaba que Ouro Preto es el escenario brasileño más representado en las telas. Por su parte, Sylvio de Vasconcellos (1967) se pronunció con cierta indignación sobre la omnipresencia de Ouro Preto en el turismo minero. Como director del Instituto de Patrimonio Histórico de Minas Gerais estaba preocupado por el exceso de visitantes en Ouro Preto y por los pocos turistas que se dirigían hacia otras localidades mineras tales como Caeté, Diamantina o Caraça.

Cuántas veces irá la misma gente al mismo lugar, para ver las mismas cosas? [...] Desde hace un tiempo sólo se retrata repetidamente la ciudad de Ouro Preto. Ouro Preto de arriba, visto de abajo, de un lado, de frente, de costado, iglesias de un lado. Iglesias por todos los

lados. Las minas se convierten en Ouro Preto. El cansancio en este terreno ya se manifiesta. Muchas personas ya no soportan más una pintura que represente Ouro Preto. Eso es signo de saturación, de enojo, de desvalorización (de Vasconcellos 1967).

Entre los muchos artistas que se radicaron o simplemente visitaron Ouro Preto durante la década de 1970 se pueden mencionar a Wilson Rolim Ferreira, pintor de trazos académicos, quien en la ciudad fuera orientado por Estevão, pintor y habitante local. Wilson montó su atelier en el piso superior del restaurante Caçamba, en la Plaza Tiradentes. Hasta 1974 realizó alrededor de doscientas telas representando aspectos de la ciudad histórica, muchas de las cuales eran traídas desde Río de Janeiro y São Paulo (*O Ouro Preto*, 15 feb. 1974:4).

El paulista Arnaldo Navajas Filho frecuentó las aulas de Ado Malagoli durante el III Festival de Invierno. Estuvo en Ouro Preto en 1974 pintando una serie de óleos y acuarelas para después realizar dos exposiciones en Minas Gerais dedicadas al “barroco”, una en Ouro Preto y otra en Belo Horizonte. Al año siguiente, una nueva exposición de este pintor fue realizada en la Galería Pilão (*O Ouro Preto*, 21 abr. 1975:2).

Participante de la fundación de la FAOP, Nello Nuno fue un importante artista que también desarrolló sus actividades en Ouro Preto antes de interrumpir su carrera debido a su muerte prematura (Barbosa 1975). Entre los artistas que pintaron Ouro Preto con la mayor proyección nacional se pueden citar a Carlos Bracher y a Carlos Scliar.

Por otra parte Hansen (1998:41) encontró en el artista Bracher una representación no-mimética. *Su fantasía es moderna: ignora la verosimilitud, porque no presupone ninguna unidad de verdad exterior, aunque los comentarios realizados por el poeta Bracher sobre el pintor Bracher proponían el incondicional romántico.* Aparentemente este artista estuvo por primera vez en la ciudad entre agosto y diciembre de 1964, y en febrero de 1971 fijó su residencia.

Esos artistas no se limitaban a la temática ouropretana, pero encontraron en esa ciudad un lugar importante de trabajo. Scliar dijo alguna vez:

Vengo a Ouro Preto porque me gustó la ciudad. Aquí puedo concentrarme para desarrollar mis ideas y pintar, en Rio esto no es posible [...] Puedo motivarme con los temas locales, pero no es por eso que trabajo en estas ciudades [incluyendo Cabo Frío]. Tal vez, al principio, esos factores tuvieron alguna importancia. Pero hoy, busco sólo condiciones para encontrar un medio excelente de concentración, que me estimule (Jornal de Ouro Preto, dic. 1967:1).

Hay una tensión notable entre la producción artística y la economía del turismo en la ciudad histórica. A pesar del papel fundamental desempeñado por los artistas modernistas, en el

mercado compuesto para los turistas las escenas académicas parecen haber sobrepasado las representadas por las vanguardias artísticas. Los modernistas, en su búsqueda de hegemonía nacional en Brasil, no pueden ser considerados como un grupo unívoco, tanto entre los propios intelectuales, como entre éstos y el gobierno. No obstante, fue a través del modernismo que Ouro Preto ganó proyección nacional e internacional. Aquí reside una contradicción: no fueron las obras modernistas de la ciudad las más difundidas entre las imágenes difundidas por las actividades turísticas en el período estudiado. Por ejemplo, analizando la documentación inventariada, la propaganda de los hoteles, salvo la rarísima excepción en la promoción de la Posada Ouro Preto que reproduce los dibujos de Guignard, no se utilizaron en gran cantidad las pinturas modernistas.

En las producciones pictóricas destinadas al consumo del turista, son las formas académicas a veces tratadas con cierto impresionismo, o estilizaciones a partir de las obras de Guignard, las que ganaron mayor proyección.

Dejando de lado los problemas inherentes a las definiciones estilísticas, la oposición esquemática entre pinturas académicas y modernistas, en este artículo se deja de lado la diversidad artística recientemente emergente en las ciudades turísticas para enfatizar un problema surgido en la formación de la percepción de la imagen de la ciudad histórica brasileña. Las imágenes modernistas, figurativas o abstractas no eran una parte significativa de las obras que se venden a los turistas y tampoco eran vistas en las revistas de difusión turística. Sin embargo, sí son dominantes para el público selecto del mercado de artes. Los propios trabajos de Guignard, con sus líneas fluidas, no fueron recibidos por el público ni como revolucionarios, ni como vanguardistas, sino como sintetizó un reportaje de la época, *como un clásico moderno, o mejor aún, un impresionista moderno* (Almeida 1960: 81).

La aceptación en el campo turístico de las pinturas cuyos temas remitían a la ciudad se basa en una estrecha relación entre los fragmentos esbozados en los discursos sobre Ouro Preto, en la representación académica y en detalles repetitivos. Por ejemplo, el trabajo de Arnaldo Navajas Filho fue anunciado por la prensa de la siguiente manera: *Sin perder el sentido académico de su vocación, busca, mientras tanto, en el impresionismo, satisfacer su tendencia, a través de la perspectiva del color y del dibujo* (*O Ouro Preto*, 05 jun. 1974:4).

Se recuerda que entre los artistas enaltecidos por el turismo estaba Wash Rodrigues que se dedicó a retratar meticulosamente el patrimonio brasileño, y fue llamado el gran artista del turismo (*O Estado de São Paulo*, 05 mayo 1957:21).

Estudios recientes en el campo de la producción artística de las ciudades históricas brasileñas, que buscan revelar las imágenes privilegiadas en las pinturas destinadas al mercado turístico al igual que su participación en la producción psico-social de la percepción de

los turistas, muestran el ingreso de otras técnicas pictóricas tal como la pintura ingenua. En este artículo se consideró el período de formación de la percepción del turista y del campo artístico de Ouro Preto durante las décadas de 1950 a 1970, período en el cual se puede verificar que la actividad pictórica se corresponde con lo que se observó en gran parte de los discursos, o sea, con una permanencia de formas conservadoras de pensamiento.

De lo expuesto surge la hipótesis conforme a la cual la representación artística de la Ouro Preto turística fue delimitada por moldes académicos al tiempo que era afinada por un discurso nacionalista acerca de los orígenes del arte brasileño de la *Inconfidência Mineira*, entre otros temas.

Por el contrario, la pintura de un artista como Carlos Bracher, que muchas veces invierte la posición del observador, los colores y la manera de representar los paisajes locales crea una variación de las posibilidades de mirar. Perspectivas como ésta no interesaron directamente al mercado turístico, ya que el turismo trabajaba con fragmentos estancos de la historia, de la ciudad y del arte. Las propuestas de artistas muy distintos de los académicos no fueron del todo admitidas pues ellas representaban un movimiento dentro de aquello que se mantenía fiel al discurso histórico conservador y estático en relación a la propia dimensión material del producto turístico.

CONCLUSIÓN

La comprensión de ese proceso exige que los investigadores descubran y muestren no sólo lo que atañe al campo turístico, ni tampoco lo que interesa sólo al campo artístico sino la relación entre esos dos campos sociales; considerando la actividad pictórica, más que como un bien restringido como parte integrante de la producción psico-social y simbólica de la percepción de las ciudades histórico-turísticas. El ámbito del turismo recibe a las prácticas artísticas para conformar sus propios productos, por lo tanto no los reproduce simplemente una vez que constituyó sus atractivos a partir de elementos provenientes de otros campos como la política o la economía. Esa naturaleza relacional del problema considera las mediaciones constituidas entre dos de esos campos, entre las prácticas artísticas y las prácticas turísticas, entre el mirar del artista y el mirar del turista.

Una de las categorías frecuentemente aplicadas en las descripciones de las ciudades histórico-turísticas es la de pintoresco, por medio de la cual se establece un significado bucólico para determinadas representaciones espaciales y temporales. Como se sabe, ese término comenzó a ser utilizado con mayor intensidad hacia fines del siglo XVIII, cuando los europeos idealizaban los viajes al campo adoptando actitudes pretensiosas frente a los paisajes naturales o artísticos que propugnaban una percepción estética. Mediante esta categoría, en Brasil el paisaje de la ciudad histórico-turística pasa a tener importancia conceptual para el

análisis del fenómeno turístico en relación a la opresión de los grandes centros urbanos y comienza a ser considerado en la producción psico.social e histórica.

Los discursos nacionalistas que enraizaron a la ciudad de Ouro Preto en el imaginario brasileño encontraron importantes mediaciones en los trazos de Tarsila do Amaral y las pinturas de Alberto da Veiga Guignard. A partir de ellas el paisaje de la ciudad histórica fue concebido en oposición a los dos centros urbanos en expansión en el país. Paradójicamente los ambientes ocupados por la explotación aurífera y por el trabajo esclavo, luego de ser identificados como escenarios de las luchas de emancipación nacional, se transformaron en símbolos de la historia patria y pasaron a ser representados como fragmentos de un espacio-tiempo donde las callejuelas y los caseríos transmiten el elemento bucólico ausente en las grandes ciudades.

Con la organización del turismo en el país a partir de la década de 1960, varios artistas son invitados a participar de ese momento de representación artística de la ciudad histórica. No obstante, se puede notar que la actividad pictórica en las ciudades turísticas de Brasil pasó por un proceso de selección en relación a temas y técnicas privilegiadas para el consumo del turismo; las cuales vincularon las pinturas académicas con las imágenes pintorescas y los discursos nacionalistas, restringiendo tanto la difusión de los artistas que trabajaban fuera de ese modelo como la propia percepción de los turistas que recibieron esas imágenes y constituyeron a partir de ellas su propio mirar.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Almeida, A.

1996 *Os passos de Guignard em Ouro Preto. Revista do IFAC* (3): 64-65

Almeida, G.

1960 *Guignard: o menino de Ouro Preto. Alterosa*, 15 abr., 21(328):52

Amaral, A.

1975 *Tarsila: sua obra e seu tempo. Perspectiva/Edusp, São Paulo*

Amaral, T.

1939 *Pintura pau-brasil e antropofagia. Revista Anual do Salão de Maio* (1):s. p.

Andriolo, A.

2002 *Representações do passado histórico: viagens e educação nacional. Temporis (Ação)* 1(5-6): 11-24

1999 *Ouro Preto, 1897-1973; a construção social de uma cidade histórica turística.*

Dissertação de Mestrado, FAU-USP, São Paulo

Araújo, S.

2002 *Artificialidad y autenticidad: el turismo como experiencia antropológica. Estudios y Perspectivas en Turismo* 11:134-142

Barbosa, H.

1975 *Na galáxia da arte desaparece um astro. O Ouro Preto*, 31 julho: 3

Barroco (periódico científico de la Universidad Federal de Minas Gerais)

1969 *Fundação de Artes de Ouro Preto*. (1):97

Baxandall, M.

1991 *O olhar renascente: pintura e experiência social na Itália da Renascença. Paz e Terra*, Rio de Janeiro

Brandão, A.

2000 *Os desenhos das cidades de Minas Gerais por Tarsila do Amaral. In: Salgueiro, H. (org.). Paisagem e arte: a invenção da natureza, a evolução do olhar. CBHA / CNPq / FAPESP, São Paulo: 415-421*

Damasceno, S.

1994 *Pedras e sombras de Villa Rica. Dissertação de Mestrado, PUC, Rio de Janeiro*

Durand, J.

1989 *Arte privilégio e distinção: artes plásticas, arquitetura e classe dirigente no Brasil, 1855/1985. Perspectiva, São Paulo*

Hansen, J.

1998 *Carlos Bracher. Edusp, São Paulo*

Iglésias, F.

1972 *Significação de Ouro Preto. Minas Gerais, Suplemento Literário, 18 março: 9*

Jornal de Ouro Preto

1967 *Prefeitura constrói casa para artistas de fora. Dezembro: 7*

1967 *Scliar diz que omissão do Governo será fim do barroco. Dezembro: 1*

Merleau-Ponty, M.

1964 *L'oeil et l'esprit. Gallimard, Paris*

1980 *A dúvida de Cézanne. In: Textos escolhidos. Abril Cultural, São Paulo: 113-126*

O Estado de Minas

1968 *Festival transforma Ouro Preto em autêntica capital das artes. 11 de julho: 10*

O Estado de São Paulo

1957 *Grande artista do turismo. 05 de maio: 21*

O Ouro Preto

1974 *Nota. 15 de fevereiro: 4*

1974 *Tropical Hotel de Ouro Preto – “classe cinco estrelas”. 15 de maio: 1*

1974 *Amostra de arte. 05 de junho: 4*

1975 *Pintor Naldo. 21 de abril: 2*

Segall, M.; Campbell, D.; Herskovitz, M.

1966 *The influence of culture on visual perception. Bobbs-Merril, Indianapolis*

Urry, J.

1996 *O olhar do turista, lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. Sesc/Nobel, São Paulo

Vasconcellos, S.

1967 *Relato onde se prova que turismo em Minas não é só Ouro Preto*. Estado de Minas, 04 agosto: recorte de jornal sem numeração de página (Arquivo Noronha Santos, IPHAN, RJ)

Vieira, I.

1988 *A Escola Guignard na cultura modernista de Minas, 1944-1962*. Cia. Empreendimento Sabará, Pedro Leopoldo

Witkin, H.

1967 *A cognitive style approach to cross-cultural research*. *International Journal of Psychology* (2):233-250

Recibido el 20 de noviembre de 2006

Correcciones recibidas el 9 de enero de 2007

Aceptado para se publicación el 10 de marzo de 2007

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués