

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

LUCIANA FAGUNDES HAUSSEN

**CINEMA TRANSNACIONAL E TENDÊNCIAS ESTÉTICAS NAS REVISTAS
BRASILEIRAS FON-FON E CINEARTE (1927 A 1932)**

**PORTO ALEGRE
2015**

LUCIANA FAGUNDES HAUSSEN

**CINEMA TRANSNACIONAL E TENDÊNCIAS ESTÉTICAS NAS REVISTAS
BRASILEIRAS FON-FON E CINEARTE (1927 A 1932)**

Tese apresentada como requisito para a obtenção do grau de Doutora no Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Orientador: Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva

**PORTO ALEGRE
2015**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

H377c Haussen, Luciana Fagundes

Cinema transnacional e tendências estéticas nas revistas brasileiras *Fon-Fon* e *Cinearte* (1927 a 1932). / Luciana Fagundes Haussen. – Porto Alegre, 2015.

274 f. : il.

Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS).

Orientação: Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva
Área de concentração: Práticas e Culturas da Comunicação.

Linha de Pesquisa: Práticas Culturais nas Mídias, Comportamentos e Imaginários da Sociedade da Comunicação.

1. Comunicação Social. 2. Revistas Brasileiras. 3. Cinema Transnacional. 4. Cultura. 5. Estética. 6. Fon-Fon (Revista) - Crítica e Interpretação. 7. Cinearte (Revista) - Crítica e Interpretação. I. Silva, João Guilherme Barone Reis e. II. Título.

**CDD 301.161
070.175**

**Ficha catalográfica elaborada pela bibliotecária
Cíntia Borges Greff - CRB 10/1437**

LUCIANA FAGUNDES HAUSSEN

**CINEMA TRANSNACIONAL E TENDÊNCIAS ESTÉTICAS NAS REVISTAS
BRASILEIRAS FON-FON E CINEARTE (1927 A 1932)**

Tese apresentada como requisito para a
obtenção do grau de Doutora no Programa de
Pós-Graduação da Faculdade de
Comunicação Social da Pontifícia
Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Orientador: Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva

Aprovada em _____ de _____ de _____ .

BANCA EXAMINADORA:

Profa. Dra. Ana Meiry Sehbe de Carly (UCS)

Profa. Drs. Fabiana Piccinin (UNISC)

Prof. Dr. Marcos Emílio Santuario (FEEVALE)

Prof. Dr. Carlos Gerbase (PUCRS)

**PORTO ALEGRE
2015**

Àqueles que acreditam. Àqueles que abrem caminhos.

E aos meus pais.

AGRADECIMENTOS

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES, do Ministério da Educação – MEC, pela bolsa parcial de doutorado no Brasil e pelo Programa de Bolsa Doutorado Sanduíche no Exterior (PDSE), que permitiu a permanência em Berlim durante os meses de outubro de 2013 a julho de 2014. Ao Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva, pela orientação do trabalho. Ao professor Stefan Rinke, que aceitou a orientação do trabalho e me acolheu no Lateinamerika-Institut (LAI) da Freie Universität¹, Berlin.

Aos integrantes da banca examinadora pelas valiosas contribuições. À coordenação do PPGCOM/PUCRS, e às secretárias do Programa, Lúcia Stasiak e Patrícia Baptista, pelo apoio institucional. A Carlos Roberto da Costa Leite – coordenador, e Thiago Mendes Dias, do Setor de Imprensa do Museu de Comunicação Social Hipólito José da Costa, em Porto Alegre. À equipe da Biblioteca Central Irmão José Otão da PUCRS.

À toda a equipe do Lateinamerika-Institut (LAI) que, com seus eventos e seminários, viabilizou o contato com colegas de outras nacionalidades e trocas de experiências enriquecedoras. E às equipes de arquivo e biblioteca da Deutsche Kinemathek.

Um agradecimento carinhoso à minha “kleine Familie” em Berlim, Denise e Karl-Heinz Garcia Bergt, Lica Stein, Laura Leiner e Cassiano Griesang. Meus queridos amigos. À Denise, em especial que, com seu olhar crítico e sensível de diretora, documentarista e jornalista, sempre trazia (e traz) “o outro lado da moeda” às nossas conversas.

Aos colegas do Sul, Fabrício Soares e Jeferson Telles, doutorandos do PPGCOM de História da PUCRS, que tive o prazer de conhecer em Berlim e ao colega Eduardo Gallardo, também do Sul (Chile) e doutorando do Lateinamerika-Institut (LAI) da Freie Universität, Berlin.

À minha família. E aos meus pais em especial.

¹ Instituto Latino-Americano da Universidade Livre de Berlim.

RESUMO

A presente pesquisa propõe a análise das revistas brasileiras Fon-Fon (1907 – 1958) e Cinearte (1926 – 1942) dentro do recorte temporal de 1927 a 1932. No período, busca-se identificar a presença de um cinema transnacional, traços de uma incipiente cultura mundializada e elementos estéticos vinculados ao Art Deco. O estudo possui um caráter qualitativo sobre cinema, cultura e contexto histórico, em um Brasil com um cinema incipiente e um cenário das comunicações também em fase de consolidação. Os seis anos propostos para análise compreendem um momento rico em informações sobre as configurações de novos mercados, hábitos de consumo, meios de comunicação e tendências estéticas. E a pesquisa busca estabelecer um diálogo entre os conteúdos existentes em Fon-Fon e Cinearte, e destes com a bibliografia eleita, em um cruzamento com o contexto histórico brasileiro, para propor um olhar sobre o cinema transnacional, cultura mundializada e tendências estéticas apresentadas no Brasil do período, dentro do universo das duas revistas. Como referencial teórico, destacam-se as obras de Tim Bergfelder, sobre o cinema transnacional; Lucy Fischer, para a abordagem sobre o Art Deco e tendências estéticas; as pesquisas dos autores Joseph Garncaz, Chris Wahl, Joel Westerdale e Christian Rogowski, para as novas perspectivas sobre os estudos do cinema de Weimar; e as obras de Renato Ortiz para tratar a mundialização da cultura.

Palavras Chave: Brasil – Revistas. Cinema Transnacional. Cultura. Estética

ABSTRACT

This research proposes the analysis of the Brazilian magazines Fon-Fon and Cinearte within the time frame from 1927 to 1932. During the period, we sought to identify the presence of a transnational cinema, traces of an incipient globalized culture and aesthetic elements linked to Art Deco . The study has a qualitative character on film, culture and historical context, in a Brazil with an incipient cinema and communications landscape also being consolidated. The six years proposed for analysis comprise a rich time of information about the settings of new markets, consumption habits, media and aesthetic trends. And the research seeks to establish a dialogue between existing content on Fon-Fon and Cinearte, and these with the elected bibliography, at an intersection with the Brazilian historical context, to propose a look at the transnational cinema, globalized culture and aesthetic trends presented in Brazil during the period, within the universe of the two magazines. The theoretical framework highlights the works of Tim Bergfelder on transnational cinema; Lucy Fischer, for the approach to the Art Deco and aesthetic trends; the research of Joseph Garncaz, Chris Wahl, Joel Westerdale e Christian Rogowski, for new perspectives on the study of the Weimar cinema; and the works of Renato Ortiz to treat globalization of culture.

Keywords: Brazil – Magazines. Transnational Cinema. Culture. Aesthetics

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Capa revista Fon-Fon Primeira Edição.....	43
Figura 2 - Cartaz Mucha 1896 Sarah Bernhardt	44
Figura 3 - Cartaz Mucha 1896 Salon des Cent	45
Figura 4 - Figurinos em Fon-Fon, 1907	48
Figura 5 - Capa Fon-Fon Iracema, 1927	49
Figura 6 - Capa primeira edição de Cinearte, 1926.....	55
Figura 7 - Logotipo Fox, 1926	59
Figura 8 - Capa Cinearte, janeiro de 1927	60
Figura 9 – Filmagem Brasileira 1927	62
Figura 10 - Representantes das agências norte-americanas no Brasil.....	63
Figura 11 - Cartaz Metrópolis	93
Figura 12 - Cena do filme Metrópolis em Cinearte	94
Figura 13 - Cena do filme Metrópolis cenário - em Cinearte.....	94
Figura 14 - Material de Divulgação da Ufa.....	95
Figura 15 - Parte interna do álbum da Ufa	96
Figura 16 - Material de divulgação do filme “Madame Dubarry	104
Figura 17 - Material de divulgação do filme “Madame Dubarry”	105
Figura 18 - Equipe de “Sunrise” em Cinearte	106
Figura 19 - Equipe de “Sunrise” em Cinearte	107
Figura 20 - Jannings e Putti em Varieté.....	109
Figura 21 - Lya de Putti em cartaz de Varieté	110
Figura 22 - Colagem do material de divulgação de Varieté.....	111
Figura 23 - Foto do filme “O Gabinete do Dr. Caligari”.....	112
Figura 24 - Cartaz do filme “O Gabinete do Dr. Caligari”	113
Figura 25 - O diretor Sérgio Silva viaja para Paris com a família	115
Figura 26 - Syn de Conde na “Avenida” do Rio de Janeiro	117
Figura 27 - Alberto Cavalcanti filma em Paris.....	118
Figura 28 - A atriz brasileira Lia Torá	119
Figura 29 - Sobretudos em São Paulo.....	125

Figura 30 - Material de divulgação de “Berlin – Die Sinfonie der Grosstadt”	127
Figura 31 - Material de divulgação de “Berlin – Die Sinfonie der Grosstadt”	128
Figura 32 - Material de divulgação de “Berlin – Die Sinfonie der Grosstadt”	129
Figura 33 - Material de divulgação de “Berlin – Die Sinfonie der Grosstadt”	130
Figura 34 - Material de divulgação de “Berlin – Die Sinfonie der Grosstadt”	134
Figura 35 - A atriz e produtora Carmen Santos em estúdio	136
Figura 36 - José Medina na Cinédia.....	137
Figura 37 - Divulgação de “Lábios sem Beijos” em Cinearte	138
Figura 38 - Behring e companheiros na Cinédia	139
Figura 39 - Estúdios da Cinédia em construção.....	140
Figura 40 - Filmagens Brasileiras em Cinearte	141
Figura 41 - Cenários pintados	144
Figura 42 - Cartaz da Parufamet.....	147
Figura 43 - Cartaz da Parufamet.....	148
Figura 44 - Cartaz do filme “Der Blaue Engel”	163
Figura 45 - Material de divulgação com partitura	164
Figura 46 - Foto de cena do filme “Der Blaue Engel”	165
Figura 47 - Atriz Betty Amann, de “Flor do Asfalto”	170
Figura 48 - Cartaz de Peter Behrens	176
Figura 49 - Foto de Cecil Beton para Vogue de 1929	177
Figura 50 - Capa Cinearte de maio de 1932.....	178
Figura 51 - Capa Cinearte de fevereiro de 1928	179
Figura 52 - Capa Fon-Fon de junho de 1928.....	180
Figura 53 - Foto “Black and White” de Man Ray, Vogue de 1926	183
Figura 54 - Foto de Man Ray inspira outros trabalhos	184
Figura 55 - Foto de Man Ray inspira outros trabalhos	185
Figura 56 - Paramount Theater	188
Figura 57 - Fachadas de Cinema em SP	190
Figura 58 - Grupo Fascista	194
Figura 59 - Saudação Fascista	195
Figura 60 - Infantaria do Exército – em 24 de outubro de 1930	196

Figura 61 - Força Armada	196
Figura 62 - Novo Bispo de Niteroi.....	197
Figura 63 - Vestido religioso da princesa d'Orleans.....	198
Figura 64 - Capa Fon-Fon agosto de 1930.....	200
Figura 65 - A Mulher Chic - Fon-Fon, 1928.....	207
Figura 66 - Melindrosa em capa da Fon-Fon de 1927	207
Figura 67 - Cartaz de Franz von Stuck	209
Figura 68 - Croqui de figurino da personagem Maria no filme Metrópolis, 1927	210
Figura 69 - Pola Negri.....	211
Figura 70 - Pola Negri.....	213
Figura 71 - Croqui de figurino da personagem Maria no filme Metrópolis, 1927	220
Figura 72 - Croqui de figurino da personagem Maria no filme Metrópolis, 1927	221
Figura 73 - Foto Greta Garbo em Cinearte	227
Figura 74 - Greta Garbo como “La Brunna” em “Laranjais em Flor”	228
Figura 75 - Max Ree em Cinearte.....	229
Figura 76 - Foto de Edward Steichen para Vogue, 1923.....	234
Figura 77 - Atriz Nita Ney em Cinearte, 1928.....	235
Figura 78 - Arquibancadas do Hipódromo - Fon-Fon, 21 de abril de 1928, nº 16, p.40)	235
Figura 79 - Mulheres nas ruas, 1928	238
Figura 80 - Capa Cinearte de 1931	241
Figura 81 - Seção “A mulher Chic” em Fon-Fon	243
Figura 82 - Mulheres na Rua, 1928.....	244
Figura 83 - Foto de André Barre para Vogue de 1930 – Silhueta	247
Figura 84 - Ilustração Lelita Rosa	248
Figura 85 - Silhueta atrizes na praia.....	249
Figura 86 - Bainhas sobem.....	250
Figura 87 - Saias mais compridas ... cintura mais alta	251
Figura 88 - Bainhas baixam.....	251
Figura 89 - Mademoiselle Carmen Miranda.....	254

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	O CENÁRIO BRASILEIRO NA DÉCADA DE 20 DO SÉCULO XX.....	18
2.1	O PAÍS, AS COMUNICAÇÕES E AS REVISTAS	26
2.1.1	A Revista Fon-Fon.....	42
2.1.2	A Revista Cinearte.....	52
2.2	O CINEMA ATÉ A SEGUNDA METADE DOS ANOS 20 DO SÉCULO XX... 64	
2.2.1	Brasil	64
2.2.2	Europa.....	74
2.2.3	EUA.....	84
3	CINEMA TRANSNACIONAL E A MUNDIALIZAÇÃO DA CULTURA EM FON-FON E CINEARTE.....	91
3.1	O CINEMA ATRAVÉS DO ATLÂNTICO.....	103
3.2	O CINEMA TRANSNACIONAL AO RITMO DOS “TALKIES”	151
4	ELEMENTOS DE ART DECO E TENDÊNCIAS ESTÉTICAS.....	175
4.1	CÓDIGOS MORAIS, ABUNDÂNCIA, DECLÍNIO E REAÇÃO EM FON FON E CINEARTE	192
4.2	A FIGURA FEMININA E O CONSUMO.....	204
4.3	AS “VAMPIROS”, AS MELINDROSAS E ... GRETA GARBO	211
4.4	MODA E FIGURINOS	231
5	CONCLUSÕES	255
	REFERÊNCIAS.....	264
	ANEXOS	264

1 INTRODUÇÃO

A intenção de realizar a presente pesquisa teve origem na observação, em 2009, de que os editoriais de moda de revistas nacionais utilizavam, como referência, temas ligados ao cinema e a movimentos artísticos. Este fato despertou o interesse em perceber como se daria o movimento inverso. Ou seja, como os figurinos de cinema seriam influenciados pelos editoriais de moda e movimentos artísticos.

No processo desencadeado, percebeu-se a proximidade das relações entre arte, moda, cinema e revistas. Também ficou evidente que estas relações não eram recentes, e remontavam às primeiras décadas do cinema, o que coincidia com o surgimento da fotografia de moda, a partir de 1911, e com vários movimentos artísticos de vanguarda da virada do século XX.

Assim, em um primeiro momento, a análise propunha um estudo da evolução dos figurinos de cinema ao longo do século XX, e a identificação dos principais centros emanadores de tendências. O objetivo seria uma comparação entre os figurinos elaborados na década de 20 do século XX - e a sua circulação nos meios de comunicação- com o momento atual.

No entanto, a realização de parte dos estudos no Lateinamerika-Institut (LAI) da Freie Universität², Berlin, através do Programa de Bolsa Doutorado Sanduíche no Exterior (PDSE) da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES, do Ministério da Educação - MEC, durante os meses de outubro de 2013 a julho de 2014, e o acesso a materiais recentes, referentes ao cinema produzido na Alemanha durante a República de Weimar, mudaram a direção da análise. E aqui o agradecimento ao professor Stefan Rinke, que aceitou a coorientação do trabalho, permitindo uma nova trajetória ao estudo, com a ampliação do olhar sobre o tema.

Neste período foi possível o contato - através dos acervos da biblioteca da Deutsche Kinemathek³ de Berlim, do Ibero-Amerikanisches Institut – IAI, e da Staastbibliothek zu Berlin⁴, com as pesquisas que estão sendo desenvolvidas em distintos países sobre o cinema transnacional. Estes estudos sugerem uma nova abordagem do cinema feito na Alemanha durante a década de 20, com ênfase nas trocas de experiências entre os profissionais da indústria cinematográfica, que

² Instituto Latino-Americano da Universidade Livre de Berlim.

³ Cinemateca alemã.

⁴ Biblioteca do Estado de Berlim.

concentrava talentos de distintas nacionalidades e formações – arquitetos, atores de teatro, pintores, músicos, diretores, entre outros. Em um período rico em criatividade e, ao mesmo tempo, de profundas definições mercadológicas, com reflexos estéticos até os dias de hoje.

As visitas às exposições: “Retrospectiva Meret Oppenheim” no Martin-Gropius-Bau em Berlim, em cartaz de agosto de 2013 a janeiro de 2014, sobre a obra da artista alemã; “Avantgarde!”, de junho a outubro de 2014 no Kulturforum em Berlim, que mostrou o cartaz como um novo meio artístico e a arte moderna pré-Primeira Guerra Mundial, além de importantes revistas da época e a relação entre modernidade, arte e política; e “Papier Glacé – um século de fotografia de moda na Condé Nast”, de março a maio de 2014, no Palais Galliera, Museu da Moda, em Paris, com a mostra de editoriais de moda em revistas como Vogue, Vanity Fair e W, entre outras, ao longo do século XX; permitiram um olhar mais abrangente sobre os fenômenos que despertaram o interesse inicial da pesquisa, e que passaram a ter uma relação mais próxima entre si.

A participação em sessões da “Retrospectiva” do 64º Berlinale, que teve como foco a luz no cinema sobre os estilos de iluminação no Japão, EUA e Alemanha a partir de 1915 até 1950 e as mútuas influências entre as obras, bem como da mostra “Let’s Misbehave! Hollywood vor dem Hays-Code 1930–1934” (ou “Vamos infringir! Hollywood antes do Código Hays 1930-1934”), em junho de 2014, no Arsenal Institut für film und videokunst, em Berlim, também auxiliaram na construção e análise dos objetos eleitos para estudo, e na delimitação do tema e do período da pesquisa.

Assim, o trabalho foi redimensionado, em uma tentativa de compreensão das relações entre produções cinematográficas, arte, moda e meios de comunicação, e de como elas eram registradas e divulgadas no Brasil, país periférico aos grandes centros, mas que tentava acompanhar o ritmo da modernização propalada pela industrialização, consumo e sociedades urbanas capitalistas; e que buscava uma identidade nacional vinculada aos ideais de progresso e civilização.

A presente pesquisa, como resultado, é um estudo de caráter qualitativo sobre cinema, cultura e contexto histórico, em um Brasil com um cinema incipiente e um cenário das comunicações também em fase de consolidação. Onde o mercado interno ainda não sustentava fenômenos de consumo massivos, como registrados em países da Europa e nos Estados Unidos da América.

A análise propõe o recorte temporal de 1927 a 1932. E os objetos de análise, e fontes de informação, são as revistas brasileiras Fon-Fon (1907 – 1958) e Cinearte (1926 – 1942), disponíveis em formato digital na Hemeroteca Digital Brasileira. Dentro deste período, e destes objetos de pesquisa, buscou-se identificar a presença de um cinema transnacional, traços de uma incipiente cultura mundializada e elementos estéticos vinculados ao Art Deco.

E verificar como estas informações eram processadas nos textos de caráter mais opinativo. Tendo em vista que as revistas, dentro do universo onde circulavam, eram veículos de divulgação de tendências e opiniões, em um momento de busca de uma identidade nacional e de incipiente formação de um mercado de consumo de bens culturais

A escolha do período de 1927 a 1932 decorre da identificação de um momento de importantes acontecimentos na história mundial, brasileira, e do desenvolvimento do cinema. Em 1927 tem início o processo de sonorização que provoca profundas alterações na indústria cinematográfica internacional.

Os Estados Unidos da América, após os anos de abundância que caracterizaram o pós-Primeira Guerra Mundial (1914 – 1918) e a década de 20, enfrentam a quebra da bolsa de Nova Iorque, em 1929, com consequências mundiais, e o início da Grande Depressão que marca a década de 30. Na Europa, que se refaz dos estragos provocados pela I Grande Guerra, registra-se na Alemanha, o período final da República de Weimar (1919 – 1933).

Nos anos analisados, Estados Unidos da América e Alemanha são os países que mais se fazem presentes, através do cinema, nas revistas analisadas. Os EUA de forma inquestionavelmente predominante, e a Alemanha como a única indústria capaz de fazer frente à produção norte-americana.

No Brasil, vive-se o fim da República “Café-com-Leite” (1894 – 1930), com a deposição do presidente Washington Luís, pela “Revolução de 30” e a chegada de Getúlio Vargas ao poder, dando início à “Era Vargas” (1930-1945). Com relação ao cinema, a produção nacional é incipiente, com uma maior atividade registrada em São Paulo e Rio de Janeiro e pequenos núcleos produtores espalhados no território nacional. Nas salas exibidoras predominam os filmes norte-americanos. E, apesar da existência do decreto nº 16.657 de regulamentação da radiotelefonia no Brasil, desde

1924, é somente em 1932, com o decreto nº 21.240, que serão estabelecidas normas específicas para o setor.

No caso da imprensa, entre 1927 e 1932, o jornalismo com características mais empresariais está presente nos principais centros urbanos brasileiros. Assim, a escolha das revistas Fon-Fon e Cinearte ocorre por possuir, a primeira, um viés literário e de cobertura do mundanismo da época, que se aproximava de uma tradição cultural mais vinculada com a França; enquanto Cinearte surge como porta-voz do cinema norte-americano, com inspiração no estilo de vida e mercado divulgados por este país, mas também com textos opinativos e críticos.

Em 1928, surge a revista O Cruzeiro (1928 – 1975), que na década de 40 vai ser um grande fenômeno editorial no Brasil. E a revista Scena Muda, destinada a divulgação do grande volume de material que acompanhava o lançamento e a divulgação dos filmes, predominantemente, norte-americanos, circula desde 1921. Mas a opção foi a não inclusão destas revistas na presente análise, porque a intenção era verificar, e promover o diálogo, das distintas abordagens que a observação de Cinearte e Fon-Fon permitiram.

Para a realização do estudo, foram analisadas as primeiras revistas de todos os meses dos anos de 1927 a 1932. Neste momento, as revistas eram semanais. A partir da leitura, foram separados os temas relacionados ao cinema transnacional, cultura mundializada, e elementos de Art Deco nos figurinos, moda e comportamento.

Estes textos, fotos e ilustrações da primeira semana de cada mês, foram reunidos e organizados por ano, elaborando-se, em seguida, um texto mais amplo com o material disponível. Os textos do ano geraram um segundo texto de balanço anual, quando as informações das duas revistas foram cruzadas.

A partir deste levantamento, foi construído um terceiro texto do período de 1927 a 1932. E, na sequência, os dados encontrados em cada revista foram cruzados com o suporte da bibliografia eleita. Como opção metodológica, foram privilegiados os temas em detrimento a uma cronologia linear, para permitir acompanhar a evolução das abordagens dos mesmos ao longo do período.

Como referencial teórico, destacam-se as obras de Tim Bergfelder (2007 e 2008), sobre o cinema transnacional; as pesquisas dos autores cujos artigos estão presentes no livro “The many faces of Weimar cinema: rediscovering Germany’s filmic legacy”, organizado por Christian Rogowski (2010), para as novas perspectivas sobre

os estudos do cinema de Weimar; a obra “Cinema, Art deco, & female form: designing woman” de Lucy Fischer (2003), para a abordagem sobre o Art Deco e tendências estéticas; e as obras de Renato Ortiz (1994 a 1994 b) para tratar a mundialização da cultura.

Os seis anos propostos para análise compreendem um momento rico em informações sobre as configurações dos novos mercados, hábitos de consumo, meios de comunicação e tendências estéticas. O Brasil do período é basicamente agro-exportador, com uma indústria incipiente, mas onde zonas urbanas começam a dar sinais de vivacidade, como novas práticas sócio-culturais, vinculadas a, como veremos, um ideal de modernidade, civilidade e progresso, que embala o pensamento da elite dirigente do país. Não sem os conflitos entre grupos mais ligados à uma cultura latifundiária e escravocrata e outra, de economia liberal e industrial.

Estas características da sociedade brasileira da época são abordadas no Capítulo 2 “O cenário brasileiro na década de 20 do século XX”, em que se buscou no século XIX indícios do que se configuraria na década de 20 do século XX. E onde, após uma breve exposição das forças que atuavam no cenário brasileiro da época, procurou-se alinhar a narrativa da história com o desenvolvimento das comunicações no país. Em um primeiro momento, com a história da imprensa.

Em seguida, são apresentadas as revistas, objetos de análise, desde o seu surgimento. E feito um resgate das primeiras décadas do cinema no país, bem como traçado um panorama do setor à época, com um olhar sobre as produções da Europa e dos Estados Unidos da América.

O Capítulo 3 aborda o cinema transnacional em um cruzamento com a proposta de mundialização da cultura, como sugerida por Renato Ortiz. É neste momento que tem início o diálogo entre o que está publicado nas revistas e a bibliografia eleita para análise. O objetivo é, a partir dos estudos sobre cinema transnacional - de trocas de experiências e influências entre distintos profissionais ligados à indústria do cinema, identificar nas revistas como estas práticas chegavam no Brasil.

Nesta perspectiva, buscou-se também analisar a presença de uma cultura mundializada em formação, em um Brasil que começa a integrar, de forma periférica, um circuito maior de economias capitalistas mundiais. A proposta é verificar, nas revistas eleitas, e no cinema por elas representado, como uma possível cultura mundializada começava a se configurar no país.

Ainda no Capítulo 3, “O cinema através do Atlântico”, identifica-se um panorama das trocas entre profissionais do setor cinematográfico, e da mobilidade dos mesmos, que resultam em novas formas de fazer cinema. A ênfase é nas produções dos EUA e da Alemanha. Isto porque Berlim era, no período eleito, um importante centro produtor de filmes na Europa, atraindo profissionais de diversas nacionalidades para o território alemão.

Neste processo, “O cinema transnacional ao ritmo dos ‘talkies’”, analisa os impactos da mudança dos filmes mudos para os sonoros no incipiente mercado cinematográfico nacional, uma vez que esta transformação provoca novas discussões e novos limites a respeito das nacionalidades, a partir da questão dos idiomas. Um fator inexistente no período do cinema mudo, o que dava ao setor um caráter mais universal.

A inserção do som reformulou profundamente a indústria, realocando profissionais, apresentando novas estratégias mercadológicas, incitando novos debates sobre as questões nacionais. E a transformação ocorre no mesmo momento em que a aproximação da crise mundial começa a dar sinais do esgotamento de um modelo econômico.

Como a transição do cinema mudo para o sonoro não ocorre de forma imediata, o som só se comprova uma tendência irreversível a partir de 1929, ano da quebra da bolsa de Nova Iorque. Quando a inclusão de diálogos nos filmes provoca um novo modo de fazer cinema, em um momento histórico de redefinições.

Assim, o Capítulo 4, “Elementos de Art Deco e tendências estéticas”, traz uma análise de como o estilo Art Deco foi absorvido pela indústria cinematográfica americana. O que ocorreu de forma bastante ampla, nos figurinos e nos cenários, como uma expressão estética capaz de, por suas características de ecletismo e adaptação, trazer uma expressão artística a um país altamente industrializado, porém sem tradição de uma expressão artística autônoma.

Mais uma vez, o que se buscou foi identificar esta trajetória a partir do material publicado nas revistas Fon-Fon e Cinearte. “Códigos morais, abundância, declínio e reação em Fon-Fon e Cinearte”, analisa a absorção do Art Deco pela indústria cinematográfica norte-americana, que ocorre no mesmo momento em que o setor, e a sociedade, dão uma guinada moral, de refreamento das liberdades experimentadas ao longo da década de 20 do século XX.

Em um período que, assim como se presencia a crise econômica, também começam manifestações mais conservadoras de controle dos comportamentos que culminarão em movimentos de extrema direita na Europa e forte moralismo nos Estados Unidos da América. Vale salientar que em Portugal, Antônio Salazar (1889-1970) chega ao poder em 1932; na Espanha a Guerra Civil (1936-1939) culmina com a ascensão de Francisco Franco (1892-1975); na Itália, Benito Mussolini (1880-1945) é primeiro-ministro desde 1922; e na Alemanha Adolf Hitler (1889-1945) é feito chanceler em 1933. O Capítulo traz um levantamento de como estas movimentações na arena política estavam representadas nas revistas analisadas.

“As ‘Vampiros’, as melindrosas e [...] Greta Garbo” e “Moda e Figurinos”, verificam como a mulher se torna o principal alvo mercadológico da indústria cinematográfica do período, e como o estilo Art Deco funciona para vincular a imagem da mulher ao consumo. A partir de uma construção onde predomina o olhar do homem sobre a mulher.

Também indica a presença do cinema transnacional e da incipiente cultura mundializada, a partir dos materiais publicados nas revistas Fon-Fon e Cinearte, que seguem as tendências internacionais centradas nos Estados Unidos da América e Europa.

O presente estudo, assim, buscou estabelecer um diálogo entre os conteúdos existentes em Fon-Fon e Cinearte - e destes com a bibliografia eleita, em um cruzamento com o contexto histórico brasileiro, para propor um olhar sobre o cinema transnacional, cultura mundializada e tendências estéticas como estavam sendo apresentadas no Brasil do período, dentro do universo das duas revistas.

2 O CENÁRIO BRASILEIRO NA DÉCADA DE 20 DO SÉCULO XX

O ano de 1927, no Brasil, anuncia novas configurações que se desenham desde o final do século anterior. A Primeira República (1889 – 1930) está com os dias contados sob a presidência de Washington Luís (1926 – 1930)⁵. Estas novas configurações colocarão em xeque a política Café-com-Leite onde as oligarquias rurais e cafeeiras paulistana e mineira, se intercalavam na condução da política central do país desde 1894.

De 1922 a 1927, o Brasil passa pelo estado de sítio, durante a presidência de Artur Bernardes (1922-1926) – com forte censura à imprensa e repressão aos oposicionistas; registra o surgimento dos movimentos militares tenentistas⁶; a legalização do Partido Comunista Brasileiro – PCB – no início de 1927⁷; a fundação do Partido Democrático – PD, em 1925, por dissidentes do Partido Republicano Paulista – PRP; o surgimento das bases para a formação da Aliança Nacional, e posteriormente do Movimento Integralista⁸; a divisão da Coluna Prestes⁹, após 25 mil km percorridos no interior do Brasil; o registro do primeiro voto feminino no País, no Rio Grande do Norte, em novembro de 1927¹⁰; além das discussões sobre a conformação do Estado Nacional.

No âmbito internacional, a segunda metade da década de 20 do século XX apresenta um novo cenário das relações brasileiras, após mais de um século da

⁵ Washington Luís foi eleito em 1926 e deposto em outubro de 1930 pelo movimento liderado pelos estados de Minas Gerais, Paraíba e Rio Grande do Sul, que impediu a posse do presidente eleito Júlio Prestes, no que ficou conhecido, na história brasileira, como “Revolução de 30”.

⁶ Sobre os movimentos militares tenentistas, ver o artigo da cientista política Maria Cecília Spina Forjaz: “A organização burocrática do exército na exclusão do tenentismo” (FORJAZ, 1983).

⁷ O Partido Comunista Brasileiro – PCB – foi fundado em 1922. Legalizado em 1927, retorna à ilegalidade após seis meses. Segundo a cientista política Maria Cecília Spina Forjaz, em entrevista concedida em dezembro de 2013, para a Univesp TV, o PCB no Brasil é mais uma Jaboticaba. Não no sentido pejorativo, mas com a ideia de “exclusivo ao Brasil”. “Um partido Comunista, que é o mais importante da esquerda (foi) [...] até hoje ‘tá’ aí, é um dos partidos mais antigos[...]é criado em 1922. Tinham poucos operários em 22. Quando Prestes adere ao comunismo, ele leva uma corrente enorme de militares de esquerda. Então é o único partido comunista do mundo que na verdade não é um partido de operários, é um partido de militares. No seu nascedouro. [...] O autoritarismo da esquerda não é só no Brasil. É em geral. Todas as organizações de esquerda se baseavam no ‘centralismo democrático’. [...] Não é democrático. É centralismo. [...] As decisões são tomadas pela cúpula”. (FORJAZ, 2013).

⁸ O integralismo foi um movimento político brasileiro, fundado em 1932 por Plínio Salgado (1895-1975). Tinha características de extrema-direita baseado nos moldes do fascismo. Foi extinto por Getúlio Vargas, em 1937.

⁹ A Coluna Prestes foi organizada em 1925. Após a divisão os ex-integrantes se refugiam no Paraguai e na Bolívia.

¹⁰ O voto feminino e o voto secreto serão incluídos no Código Eleitoral Brasileiro de 1932.

proclamação da Independência (1822) e da passagem do regime monárquico ao republicano (1889). Em 1834, mais da metade das representações diplomáticas do Brasil se localizavam no continente Europeu (10) com apenas quatro no território americano. A Inglaterra era o principal parceiro comercial e maior credor do país, “respondendo por quase 50% do fornecimento das importações brasileiras”. (GARCIA, 2000, p. 55). Com relação à expansão das vias de ligação internas do país, os britânicos também foram os principais parceiros nas construções das ferrovias, a partir de 1854, abrindo agências e bancos no país.

As relações comerciais com os Estados Unidos se estreitam ao longo do século XIX. Na segunda metade da década de 70, o país norte-americano é o maior comprador de café brasileiro, absorvendo 75% da produção (GARCIA, 2000, p. 71), em um momento que a produção industrial dos EUA já se equiparava com a Inglesa. Nesta redistribuição geográfica das forças econômicas ocidentais é criado, em 1890 em Washington, o Bureau Internacional das Repúblicas das Américas, que antecede a criação da OEA.¹¹

As políticas de aproximação entre o Brasil e os Estados Unidos da América ganham um tom mais formal em 1904, quando a representação do Brasil em Washington é elevada a Embaixada e, no mesmo ano, é criada, no Rio de Janeiro, a primeira embaixada dos EUA na América do Sul (GARCIA, 2000, p. 86). No mesmo período, entre os parceiros internacionais do Brasil, a Alemanha tem destaque ao ocupar o segundo lugar no comércio exterior como comprador de café e outras matérias primas e como fornecedor de produtos manufaturados. No primeiro caso atrás dos EUA, e no segundo, da Inglaterra (GARCIA, 2000, p. 87).

A eclosão da Primeira Guerra Mundial (1914 – 18) desestabiliza este cenário e, dois anos após o início do conflito, em 1916, a Inglaterra lança uma “lista negra” que proíbe o comércio com empresas inimigas, onde constavam alguns grupos alemães ligados a firmas exportadoras de café no Brasil. Neste ínterim, os EUA

¹¹ Em 1894 os EUA denunciam o Tratado de Reciprocidade com o Brasil, por considerar que apresentava poucos benefícios. O Brasil faz o mesmo. No ano seguinte, é assinado o Tratado de Reciprocidade entre o Brasil e os Estados Unidos, conhecido como Convênio Blaine-Mendonça que “concede tarifas preferenciais a mercadorias norte-americanas e a produtos agrícolas brasileiros, como o açúcar, no entendimento de que o mesmo privilégio não seria estendido a terceiros”. (GARCIA, 2000, p. 77) Porém, no mesmo ano, os mesmos direitos são estendidos ao açúcar cubano e porto-riquenho.

superam a Inglaterra como parceiro comercial brasileiro e se tornam o principal fornecedor das importações¹².

Em 1917, no mesmo ano que a Inglaterra proíbe as importações de café (considerado supérfluo), o monopólio britânico de comunicação por cabo submarino - controlado pela Western Telegraph Company, é rompido. São abertas linhas diretas entre o Brasil e os EUA. Em abril, o Brasil rompe as relações diplomáticas com a Alemanha¹³ e, até o final do conflito, em 1918, três bancos alemães que operavam no país são fechados, e medidas de represália são adotadas contra “bens e súditos do inimigo” (GARCIA, 2000, p. 95).

Dentro deste panorama, faz-se necessário um olhar sobre a população brasileira do período, para pensar o Brasil da década de 20 como um possível mercado consumidor de bens culturais, como revistas e filmes - objetivo do presente estudo. Em termos sociais, de acordo com o Recenseamento de 1920, a população brasileira contabilizava mais de trinta milhões e meio de pessoas, das quais 24.139.299 milhões em idade acima dos 6 anos, com um índice de analfabetismo superior aos 70 por cento¹⁴.

Estes números revelam a pequena diferença entre homens e mulheres alfabetizados e não alfabetizados. Sendo o total de homens letrados de 4.470 milhões, e o de mulheres 3.023 milhões, e de 10.973 milhões de homens e 12.168 milhões de mulheres sem saber ler nem escrever.

Com relação à indústria, o total de operários a atuar nos grupos divididos em Indústrias Diversas, Usinas Açucareiras e Salinas, não chegava a 300 mil.¹⁵ O que informa que o operariado no Brasil representava menos de um por cento da população.

A situação dos negros livres¹⁶, a partir da abolição da escravatura (1888), após 300 anos de um regime escravocrata, demonstra uma realidade de exclusão com reflexos até os dias de hoje. A proibição do tráfico de escravos, em 1850, coincide

¹² Em 1921 o governo do Brasil contrai o primeiro empréstimo nos Estados Unidos da América. “Nos anos 20, a maior parcela de dinheiro novo tomado pelo Brasil provirá dos Estados Unidos, e não da Grã-Bretanha” (GARCIA, 2000, p. 99).

¹³ As relações são reestabelecidas em 1920.

¹⁴ Segundo o recenseamento do Brasil, realizado em 1º de setembro de 1920, a população, dividida nas faixas etárias de 7 a 14 anos e 15 anos +, alfabetizada e não alfabetizada era de 7.454.689 milhões para o primeiro grupo e 16.684.61 milhões para o segundo (BRASIL, 1929).

¹⁵ De acordo com a tabela 1 do Recenseamento de 1920, relativo à Indústria (BRASIL, 1927).

¹⁶ A situação dos negros libertos e dos homens livres é trabalhada no texto “Da escravidão à liberdade: dimensões de uma privacidade possível” (WISSENBACH, 1998).

com o aumento das ondas imigratórias europeias, a partir da metade do século XIX. E a proclamação da República, em 1889, e o poder político passando a ser controlado pelas oligarquias rurais, permite um estímulo a esta imigração ainda maior.¹⁷

Neste contexto, os imigrantes europeus foram beneficiados¹⁸ em relação à população negra nacional na obtenção de postos de trabalho. Em uma clara política de branqueamento da nação, como caminho para atingir a modernidade (THEODORO, 2008).

Efetivamente, não havia no discurso republicano nenhuma proposta (ou projeto) de integração voltadas aos ex-escravos ou aos seus descendentes. [...] Nunca é demais lembrar que, no final do século XIX, dois terços da população era formado por descendentes de africanos. Nesse momento, a questão racial apresentava-se como uma temática central no debate sobre o desenvolvimento nacional. Entendendo o embranquecimento como condição necessária ao avanço do país, o pensamento social da época apontava a centralidade do tema da raça. A imigração era entendida como etapa imprescindível do processo de afirmação da nação e dos nacionais. Essa compreensão do problema racial permitiu não apenas abrir as portas para o imigrante europeu, mas também determinou a forma como este foi recebido no país. (THEODORO, 2008, p. 38)

As consequências de tais políticas são verificadas na distribuição destas populações no território nacional, nas primeiras décadas do século XX. Os imigrantes europeus se concentrando nas regiões mais dinâmicas ligadas à indústria incipiente e ao comércio, no Centro-Sul. E os trabalhadores nacionais livres ocupando zonas economicamente menos ativas e áreas rurais.¹⁹

Observa-se, com o desenvolvimento do comércio e da indústria, o nascimento de um proletariado e também de uma classe média urbana (Costa, 1983, p. 424-429; Gorender, 1978, p. 451-465). Mas os trabalhadores negros não tiveram a oportunidade de engrossar as fileiras daqueles grupos. (THEODORO, 2008, p. 28)

¹⁷ No final de 1898 é oficializada “a ‘grande naturalização’ para os estrangeiros residentes no Brasil, desde que assim a desejassem (14 de dez.)” (GARCIA, 2000, p. 76). No entanto, a entrada de imigrantes africanos e asiáticos no Brasil necessita de autorização especial do Congresso (GARCIA, 2000, p. 77). O decreto é revisto em 1892, quando é liberada a entrada de imigrantes de nacionalidade chinesa ou japonesa (GARCIA, 2000, p. 79).

¹⁸ As medidas que beneficiaram os imigrantes europeus algumas vezes não foram cumpridas ou foram consideradas insuficientes pelos países de origem. Como esclarece Eugênio Garcia, sobre o decreto de Prinetti, de 1902, quando a Itália “proíbe a emigração subsidiada para o Brasil devido as difíceis condições enfrentadas pelos nacionais italianos no país” (GARCIA, 2000, p. 84).

¹⁹ “Nas últimas décadas do século XIX a mão-de-obra imigrante substitui a mão-de-obra escrava nas novas regiões produtoras de café, como o Oeste paulista” (THEODORO, 2008, p. 25).

A expansão de um nascente mercado consumidor interno, a partir do desenvolvimento do comércio e da indústria, e o surgimento de um proletariado e de uma classe média urbana, passa pela transição do modelo escravocrata para o sistema de trabalho assalariado.

Considerando as baixas taxas de crescimento vegetativo da população escrava²⁰ e as crescentes dificuldades de importação de escravos a partir de 1850, os produtores começaram a introduzir o trabalhador livre assalariado, recorrendo, sobretudo, à imigração europeia [...] com a abolição, o trabalho livre passa a predominar, oferecendo as condições para a criação de um mercado interno. (OLIVEIRA, 2009, p. 902)²¹

Mas abordar a conformação do mercado consumidor interno e da classe média urbana, exige refletir sobre os demais integrantes do processo. Além dos novos industriais e do operariado - este último que, como exposto anteriormente, representava menos de um por cento da população, dos quais, mais de 90 por cento, eram imigrantes -, no Brasil da década de 20, a ocupação de cargos públicos representa uma importante via de desenvolvimento profissional (COSTA, 2008). Bem como a carreira militar e os escalões eclesiásticos.

Sendo os dois primeiros vinculados ao erário público, e o último, tendo se separado do Estado com o advento da República em 1889, após mais de três séculos como instituição religiosa oficial do Estado.²² Somados a estes, os bacharéis em direito, os médicos, os magistrados, os comerciantes, e, claro, os políticos e os latifundiários, completam o quadro dos profissionais a viabilizar, junto a suas famílias e trabalhadores domésticos, um mercado consumidor interno, dentro de uma economia formal.

Na segunda metade da década de 20, período que nos interessa, com o desgaste que vem sofrendo o regime oligárquico da República “Café-com-Leite”, ocorre um rearranjo das forças políticas que integram as elites no poder. Em uma

²⁰ A ideia de “baixas taxas de crescimento vegetativo” apresentada pela autora, recebe explicação no texto de Theodoro (2008, p. 23) onde ele atribui o baixo crescimento da população negra, em meados do século XIX, também às más condições de reprodução da força de trabalho cativa nacional e às péssimas condições de vida dos escravos no Brasil.

²¹ No artigo, a autora trabalha as ideias do economista Celso Furtado na obra “Formação econômica do Brasil”, parte IV, intitulada: “Economia de transição para o trabalho assalariado”. Sobre o assunto ver também: FURTADO, Celso M. Formação Econômica do Brasil. São Paulo: Nacional, 1982. 18ª edição. ; PRADO Jr., Caio. História Econômica do Brasil. São Paulo: Brasiliense, 1980. 23ª edição.

²² Sobre as relações da Igreja com a República Velha no Brasil, ver Aquino (2012).

realocação com o objetivo de não perder os postos decisórios diante das mudanças que se anunciam.

Postos decisórios que se moldam aos novos tempos, e abrigam uma elite cultural, onde se articulam as relações entre os intelectuais e a classe dirigente do país. Na introdução da obra “Intelectuais e classe dirigente no Brasil (1920-1945), Paulo Miceli é pontual ao descrever os setores pelos quais concorriam os “postulantes às carreiras intelectuais”.

1) As organizações partidárias e as instituições culturais dependentes dos grupos dirigentes de São Paulo, bem como as frentes de mobilização política e ideológica onde se refugiaram inúmeros intelectuais até então vinculados à oligarquia (o movimento integralista e o circuito filiado à Igreja Católica); 2) o mercado do livro cujo florescimento resultou da constituição de um novo público composto de funcionários, profissionais liberais, efetivos das carreiras docentes, empregados do setor privado, etc., grupos que tendiam a aumentar cada vez mais em função da industrialização e da urbanização; 3) por fim, o serviço público onde uma quantidade apreciável de postos foram entregues aos intelectuais, escritores e artistas. (MICELI, 1979, p. XV)

Sobre o mercado do livro no Brasil, quase uma década depois dos escritos de Miceli, Renato Ortiz, expõe:

Todos os testemunhos e análises apontam que até a década de 30 a produção e o comércio de livros no Brasil eram praticamente inexistentes em termos de mercado. A tiragem de um romance era em média de mil exemplares, e um *best-seller* como *Urupês* vendeu, em 1918, oito mil cópias. Em São Paulo, entre 1900 e 1922, publicaram-se somente 92 romances, novelas e contos, ou seja, uma média de 7 livros de literatura por ano. [...] O escritor não podia viver de literatura, o que o levava a exercer funções no magistério e nos cargos públicos. (ORTIZ, 1988, p. 28)

Assim, as relações entre intelectuais, classe dirigente e Estado estão estreitamente vinculadas no período que aborda o presente estudo. Quando a formação do Estado Nacional e a questão das identidades estão na ordem do dia, tendo como pano de fundo o projeto de uma política liberal dentro de uma tradição autoritária e anti-partidária²³ – esta última muito presente na mentalidade dirigente do Partido Republicano Paulista – PRP, grupo hegemônico na Primeira República²⁴. Em

²³ Segundo Maria Cecília Spina Forjaz (2013) onde “o partidário representaria interesses particulares”.

²⁴ Em entrevista em dezembro de 2013, para a UnivespTV, a cientista política Maria Cecília Spina Forjaz fala da presença do autoritarismo na história brasileira. (FORJAZ, 2013).

uma tradição que remonta os laços com a Península Ibérica: “Portugal foi o primeiro dos países da Europa que constituiu o Estado Nacional. E o Estado Nacional centralizado. E a Espanha em seguida. [...] Com um executivo forte e uma deslegitimação do Parlamento”. (FORJAZ, 2013)

Esta tradição da autoridade em choque com o desejo da construção de uma nação moderna reconduz a época da Independência. Onde um país colonial, latifundiário, escravagista, com a economia voltada para o mercado internacional está em contato com as ideias liberais de progresso, ciência, universalismo e trabalho livre, originárias, com as devidas características, da França, Inglaterra e Estados Unidos. O que estabelece o convívio do pensamento econômico burguês com a realidade da escravidão. “Impugnada a todo o instante pela escravidão a ideologia liberal, que era a das jovens nações emancipadas da América, descarrilhava”. (SCHWARZ, 2000, p. 15)

Para tornar o cenário ainda mais complexo e particular, as relações de produção não se resumiam àquela estabelecida entre proprietários de terra e escravos. Uma representativa força de trabalho advinha dos homens livres do país. E o acesso deste grupo à vida social e ao mercado existente se dá através do que Roberto Schwarz²⁵, na obra “Ao vencedor as batatas – forma literária e processo social nos inícios do romance no brasileiro”, denomina de “mecanismo de favor”, que segundo ele é:

[...] o mecanismo através do qual se reproduz uma das grandes classes da sociedade, envolvendo também outra, a dos que têm. Note-se, ainda, que é entre essas duas classes que irá acontecer a vida ideológica, regida, em consequência, por este mesmo mecanismo. Assim, com mil formas e nomes, o favor atravessou e afetou no conjunto a existência nacional, ressalvada sempre a relação produtiva de base, esta assegurada pela força. Esteve presente por toda a parte, combinando-se às mais variadas atividades, mais e menos afins dele, como administração, política, indústria, comércio, vida urbana, Corte e etc. Mesmo profissões liberais como a medicina, ou qualificações operárias, como a tipografia, que, na acepção europeia, não deviam nada a ninguém, entre nós, eram governadas por ele. [...] O favor é a nossa mediação quase universal [...]. (SCHWARZ, 2000, p. 16)

²⁵ Sobre a ideia de “favor” de Roberto Schwarz ver entrevista do autor em: “Ao vencedor as batatas 30 anos: crítica da cultura e processo social – entrevista com Roberto Schwarz. (SCHWARZ; BOTELHO, 2008).

A análise do autor é válida para a compreensão das práticas características do período que abrange o presente estudo, pois sugere um padrão que se estende até o século XX. Padrão que defende uma modernidade brasileira a partir da adoção – e adaptação, de ideologias externas.

No Brasil recém tornado independente o convívio do favor e da escravidão com ideias liberais, faria surgir um padrão original, onde as ideias liberais são absorvidas e deslocadas pelo favor, que não pode ser racionalizado. Enquanto na Europa, a civilização burguesa requeria a autonomia do indivíduo, a universalidade da lei, a remuneração objetiva, a ética no trabalho – em um ataque ao Antigo Regime, no Brasil o “favor” pratica “[...] a dependência da pessoa, a exceção à regra, a cultura interessada, remuneração e serviços pessoais.” (SCHWARZ, 2000, p. 17)

As ideias liberais adotadas serviam de justificativa para o arbítrio, que faz parte do favor, fazendo o antagonismo de origem desaparecer, numa compensação que destoa do Liberalismo, fortalece o favor e coloca a questão ideológica em segundo plano. O que interessa é o relevo social, enquanto realidade e coerência não são decisivas, mas, como exigência reconhecida, são utilizadas - ou não -, conforme a ocasião. Assim: “[...] com método, atribui-se independência à dependência, utilidade ao capricho, universalidade às exceções, mérito ao parentesco, igualdade ao privilégio etc.” (SCHWARZ, 2000, p. 19)

Para o autor, a ornamentalidade do saber e da cultura são da tradição colonial e ibérica, mas o que surge como novo é trazer saber e cultura modernos para o contexto brasileiro. A exigência desta combinação improvável é uma cumplicidade que recebe a garantia do favor, e onde não ocorre a denúncia. Porque a relação de favor supõe o não envolvimento de escravos, e ocorre entre homens livres, o que serve como atestado de posição social.

Porém, o vocabulário burguês, que subsidia a conveniência deste tipo de relação, passa a ser contestado, a partir da metade do século XIX, com as lutas sociais que surgem no continente europeu e evidenciam antagonismos de classe até então disfarçados pelo discurso da universalidade. Esta situação mostra que o discurso, inadequado desde o nascedouro “[...] era oco também quando usado apropriadamente”. (SCHWARZ, 2000, p. 20)

[...] nas revistas, nos costumes, nas casas, nos símbolos nacionais, nos pronunciamentos de revolução, na teoria e onde mais for, sempre a mesma ‘composição arlequinal’, para falar como Mario de Andrade:

o desacordo entre representação e o que, pensando bem, sabemos ser o seu contexto. (SCHWARZ, 2000, p. 25)

Um desacordo que mostra suas raízes também na tardia implantação da imprensa no País, herdeira do retrocesso por que passa Portugal à época do surgimento do Brasil, com a instalação da Inquisição. Na metrópole, o livro passa a ser considerado herético, em uma perseguição e censura que dura 200 anos, de meados de XVI até a metade de XVIII,²⁶ e o ensino de Economia Política é proibido nas universidades. (SODRÉ, 1983, p. 25)

2.1 O PAÍS, AS COMUNICAÇÕES E AS REVISTAS

Em meio a esta penumbra, a imprensa surge no Brasil, por iniciativa oficial, com a vinda da corte em 1808. Imprensa que nasce com o timbre da censura, uma vez que nada era impresso sem passar pelo exame dos censores reais. E onde o desacordo permanece, durante o processo de Independência, quando se mesclam as questões relativas à Independência e à Liberdade. (SODRÉ, 1983, p. 48)

É relevante para o presente estudo perceber que, um ano antes da Independência, o periódico *A Malagueta*, do Rio de Janeiro, atualmente citado como um dos mais típicos do momento, atingia, em sua fase inicial, 500 assinantes. Em um universo de quatro milhões e meio de habitantes do país, isto equivale a 0,01 por cento da população.²⁷ No caso apenas do Rio de Janeiro, com uma população em torno de 100 mil habitantes, equivale a 0,5 por cento.

²⁶ Nélson Werneck Sodré (1983), em sua obra “A história da Imprensa no Brasil” esclarece também o contraste com relação a América Espanhola e Inglesa. Segundo ele: “México e Peru conheceram a Universidade colonial; de outro lado, o México conheceu a imprensa em 1539; Peru em 1538; as colônias inglesas, em 1650. [...] Os portugueses encontraram, do outro lado do Atlântico, comunidades primitivas, na fase cultural da pedra lascada, que não puderam aproveitar para o trabalho [...] Nessas áreas preponderou a destruição física; nas áreas secundárias, em que o trabalho indígena foi aproveitado, preponderou a destruição cultural, de que foi instrumento a catequese jesuítica. [...] A situação na zona espanhola foi inteiramente diversa: os europeus que ocupavam as suas áreas nelas encontravam culturas avançadas que, inclusive, conheciam a mineração e aproveitavam os metais preciosos. [...] onde o invasor encontrou uma cultura avançada, teve de implantar instrumentos de sua própria cultura, para a duradoura tarefa [...] de substituir por ela a cultura encontrada”. (SODRÉ, 1983, p. 11)

²⁷ Sobre a linguagem que imperava à época, na proto-imprensa brasileira, é esclarecedora a descompostura publicada no órgão áulico *O Espelho*, em 1823, dirigida ao fundador e diretor de *A Malagueta*, Luis Augusto May, cuja redação é atribuída ao próprio Imperador Dom Pedro. Começando pela definição do caráter do jornalista. “[...] esturdíssimo, esturradíssimo, politiquíssimo, cachorríssimo sr. Autor de um periódico cujo nome é o de uma pimenta que se chama aqui malagueta ou, por outra, p. que o pariu (a ele)”. (SODRÉ, 1983, p. 62)

Uma década depois, a proliferação dos pasquins²⁸ traz à tona o ambiente de inquietações que estremece as estruturas fundadas em três séculos de domínio colonial sob uma estrutura latifundiária. “O pasquim trazia para a rua uma política habitualmente preparada em gabinetes, introduzia o elemento popular naquilo que ele havia sido propositadamente excluído.” (SODRÉ, 1983, p. 157)

O imediatismo, a agilidade, a fúria e a linguagem insultuosa foram marcas desse jornalismo que ecoava as vozes de distintos interesses em choque.

Num meio em que a educação, em seu estágio mais rudimentar, o ensino, estava pouquíssimamente difundida, em que a massa de analfabetos era esmagadora, em que os que sabiam ler não tinham atingido o nível necessário ao entendimento das questões públicas, e em que os que haviam frequentado escolas superiores se deliciavam em estéril formalismo e no abuso da eloquência vazia, a única linguagem que todos compreendiam era mesmo a da injúria. (SODRÉ, 1983, p. 157).

As epígrafes que acompanhavam os pasquins também dão pistas das origens das ideias liberais no período, com citações de políticos franceses, e posteriormente ingleses e norte-americanos. Importante ressaltar, ainda, que os pasquins também trouxeram à reflexão pontos problemáticos do País, como a questão racial, a mão-de-obra escrava, a chegada dos imigrantes que passam a ocupar posições decisórias, as consequências do sistema latifundiário e o papel da igreja. Como o ataque gera o contra-ataque, os alvos das críticas também se utilizaram da imprensa para defender

²⁸ A respeito do tipo de imprensa que imperava à época da abdicação de Dom Pedro I, é esclarecedora a passagem de Sodré sobre as condições de confecção dos pasquins, que em sua maioria não passavam do primeiro número: “Desde a fase preparatória do Sete de Abril até o fim da primeira metade do século XIX, foi enorme o número de jornais em circulação. Todos subordinados, entretanto, ao denominador comum que daria ao pasquim a fisionomia peculiar que o marcou e com que espelhou exatamente o meio da época. A técnica de imprensa, ainda nos primeiros passos no país, ao tempo, acrescentou características formais ao pasquim: formato in-4º, quatro páginas em regra, preço de venda avulsa de 40 réis, 80 no caso de dobrar o número de páginas. [...] O título se referia, via de regra, a pessoas, acontecimentos, coisas de interesse notório no momento; quando não, sob disfarce, guardava alusão a isso. O pasquim, habitualmente, não trazia o nome do redator. [...] A lei obrigava que fosse mencionada a oficina onde era impressa a folha. [...] Por tal indicação obrigatória verificase não só a tendência do pasquim como as dificuldades de impressão naquele tempo. Eram poucas as oficinas tipográficas. Todo o grupo político – não é o caso de falar em partidos – necessitava de um órgão de expressão pública e, para lança-lo, de oficina correspondente, de vez que, nesse período, não havia quase atividade isenta de influência política, levada a extremos limites quase sempre”. (SODRÉ, 1983, p.183 e 158) O autor também expõe a confusão existente entre os formatos de publicação nesta fase embrionária entre a circular, o panfleto, o pasquim, o jornal e o opúsculo. “A regra, na época, era o jornal de um só assunto, feito de fio a pavio, por uma só pessoa; escrito por um só jornalista ou panfletário, quando não confundindo, na mesma pessoa, o impressor e o redator, caso que não foi raro, uma vez que o impressor era também um partidário, em grande número dos casos, e não apenas um profissional.” (SODRÉ, 1983, p. 159)

suas posições. E, para Sodré, apesar da precariedade técnica, da produção artesanal e dos problemas de distribuição “[...] o período de 1830 a 1850 foi o grande momento da imprensa brasileira.” (SODRÉ, 1983, p. 180)

Após um período de estagnação²⁹, representado nos jornais, em que o golpe da Maioridade (1840) garante à Corte a centralidade do poder de forma repressora e o latifúndio escravista conduz a vida política e mantém sob controle os possíveis adversários, o aproximar da República movimentava o campo da imprensa. Como anuncia Sodré,

[...] os anos sessenta começam a denunciar mudanças: a crise de 1857 repete-se em 1864 [...]; surge o conflito militar platino [...]; a suspensão do tráfico negreiro [...]; a quietude é ameaçada, as tormentas vão se acumulando. Ao fim da década de sessenta, com a guerra terminada, tudo indica o início de fase nova, com reformas que se impõem e não podem ser proteladas; a luta política se acirra; a imprensa retoma o fio de sua história; interrompido com a maioridade. Vai começar a agitação. (SODRÉ, 1983, p. 201)

Inovações técnicas e estéticas e a demanda por conteúdos que dialogassem com as mesmas, marcam a evolução gráfica da década de sessenta. As revistas ilustradas surgem nesse momento. Em sintonia, reservadas as devidas proporções – relativas ao contexto, com um avanço registrado nos países ocidentais considerados como referência.

Nos países centrais, no entanto, estes avanços ocorrem em sociedades que, pelas suas características, poderão sustentar uma estratégia que dará origem ao conceito de massas. Sobre o surgimento e consolidação de uma indústria do livro e da imprensa, Renato Ortiz, no livro “A moderna tradição brasileira” expõe:

São várias as causas que impulsionam o consumo da leitura difundindo-a entre a massa da população: advento de uma nova tecnologia que pode baratear a produção, facilidade de circulação com a expansão das vias de comunicação (particularmente a via férrea), melhoria do nível de vida da população, acesso generalizado à escola. (ORTIZ, 1988, p. 23)

Os dados disponíveis sobre os distintos cenários revelam que em 1860, na França, 60% da população era alfabetizada. Índice que sobe para 90% trinta anos depois, em 1890. No mesmo espaço de tempo, o número de jornais periódicos,

²⁹ Sobre o período da Conciliação, há uma análise no artigo de Paula Ribeiro Ferraz (2010)

somente em Paris, sobe de 500 para dois mil. O consumo total de periódicos, na capital francesa, em 1860 registra uma tiragem de 70 mil cópias. E, “[...] em 1899, só *Le Petit Parisien* estava imprimindo 775 mil exemplares”. (ORTIZ, 1988, p. 24)

Na Inglaterra os números da alfabetização da população são de 59% em 1859 e 97% em 1900. Os números de vendas do *Daily Telegraph* demonstram a velocidade do aumento da demanda por notícias. A circulação, em 1860 é de 141 mil exemplares, passando a 300 mil em 1890. (ORTIZ, 1988, p. 24)

No Brasil, no final de 1860, é lançada, no Rio de Janeiro, o que pode ser considerada a primeira revista ilustrada brasileira. Se chama *A Semana Ilustrada*. Seu fundador foi Henrique Fleiuss, considerado por Sodré um “pioneiro” (SODRÉ, 1983, p. 205) dada a realidade do Brasil onde o índice de analfabetismo atingia mais de 80 por cento da população.³⁰

Nélson Werneck Sodré esclarece que antes do lançamento de *A Semana Ilustrada* haviam ocorrido outras tentativas de revistas ilustradas, como *A Revista Popular* que era “[...] um mensário com figurinos intercalados no texto e uma que outra estampa, mas eram impressas na França e remetidas ao Garnier (Batista Luis Garnier, proprietário da Livraria Garnier) que as inseria na revista”. (SODRÉ, 1983, p. 205) O autor destaca também as atividades da casa Laemmert, dos irmãos Eduardo e Henrique Laemmert, alemães que atuavam no Brasil como livreiros e editores e que imprimiam na Alemanha os livros que lançavam “[...] ao contrário dos outros editores aqui estabelecidos que o faziam na França ou em Portugal”. (SODRÉ, 1983, p. 206)

A questão da distribuição também é problemática, uma vez que depende de uma escassa rede de comunicações terrestre e marítima e de um serviço de Correios que começa a dar os primeiros passos.

Não havia, até 1825, serviço postal para o interior [...] Serviço público mesmo só entre São Paulo e Santos, e daí à Corte, por via marítima. A necessidade fez surgir, logo, porém, a pedido da Câmara de Itu, em

³⁰ No artigo “Analfabetismo e índices de letramento no Brasil: o que dizem os Censos”, o autor Alceu Ravanello Ferraro analisa os critérios utilizados nos Censos para o cálculo da alfabetização no País. Os dados de 1860 não constam, visto que o primeiro Censo realizou-se em 1872. Segundo o autor, o percentual se mantém acima dos 80 por cento em 1890. E chega em 71,2% em 1920, em um cálculo da população com 5 anos a mais. Ferraro expõe que o analfabetismo ao final do Império era um problema “eminente político”. Uma situação que se prolonga no século XX e chega ao século XXI. “Há fortes razões de ordem ao mesmo tempo ética e política para se denunciar qualquer tentativa de varrer para baixo do tapete o problema do analfabetismo. Ainda há brasileiros – muitos milhões – marcados com o estigma do analfabetismo, essa forma extrema de exclusão educacional, geralmente secundada por outras formas de exclusão social.” (FERRARO, 2002, p. 43)

1825, a primeira linha de Correio no interior: de 10 em 10 dias, os agentes a pé, chamados pedestres, ganhando 240 réis diários, usando farda e espada, pois estavam sujeitos a assaltos, faziam o giro Sorocaba-Jundiaí-São Carlos-Itu. Em 1833, o serviço se desdobrou, surgindo as linhas S. Paulo-Sorocaba, S.Paulo-Itu (via Jundiaí), e S.Paulo-Campinas. Os sacos eram fechados a cadeado e, finalmente a insegurança determinou o arrendamento do serviço. Em 1856, as linhas faziam-se de 5 em 5 dias e se multiplicavam. [...] Entre S. Paulo e a Corte, ainda em 1873, a correspondência era levada por navios da Companhia de navegação Paulista, de cinco em cinco dias. Mas a essa altura, entre Santos, S.Paulo, Jundiaí, Campinas e Itu, era transportada pelas ferrovias, e, portanto, diária, o que dava a imprensa paulistana possibilidades novas de distribuição. Mas as outras linhas eram a cavalo. [...] Daí se verifica como a propalada refratariedade brasileira à correspondência não foi traço congênito, mas derivado de condições materiais adversas. (SODRÉ, 1983, p. 208)

Neste contexto, *A Semana Ilustrada* circulava com oito páginas, sendo quatro de textos e quatro de ilustrações. Apresentava contos, poesias e crônicas, e com ela colaboraram conhecidos escritores e jornalistas³¹. A revista circulou até 1876. Na sua esteira, outras revistas surgem. E papel de destaque tem *A Revista Ilustrada*, que nasce no mesmo ano em que *A Semana Ilustrada* deixa de circular.

Sodré aponta que a revista era lançada aos sábados e chegou a ter uma tiragem de 4 mil exemplares “[...] índice até aí não alcançado por qualquer periódico ilustrado na América do Sul, regularmente distribuída em todas as províncias e nas principais cidades do interior, com assinaturas por toda a parte.” (SODRÉ, 1983, p. 217). A revista se destacou pelos temas abolicionistas e foi pioneira, pelas mãos de Ângelo Agostini, em publicar quadrinhos com “As aventuras de Zé Caipora”. *Revista Ilustrada*³² deixa de circular em 1898.

A aproximação do advento da República pode ser sentida na imprensa do período. Uma combatividade reformista, a luta pela abolição, a discussão dos princípios dominantes do latifúndio e da monarquia e uma linguagem que se acerca do gosto popular podem ser percebidos nos jornais da época que afloram não apenas

³¹ Segundo Sodré, colaboraram nas páginas de *A Semana Ilustrada* Machado de Assis, Quintino Bocaiúva, Joaquim Nabuco, Bernardo Guimarães, Joaquim Manoel de Macedo. (SODRÉ, 1983, p. 205)

³² Ângelo Agostini teve papel de destaque no desenvolvimento da imprensa no País. Ainda segundo Sodré, após o lançamento de *A Semana Ilustrada*, outras revistas ilustradas surgiram, mas a maioria com vida efêmera. Nas páginas 220 e 221, o autor faz um relato do processo utilizado à época para a realização das ilustrações, com predomínio do processo da pedra litográfica. A fototipia e a fotogravura ainda não haviam sido inventadas e processos distintos da litogravura eram impressos no exterior.

na Corte e em São Paulo, mas nas outras províncias do País. Essa imprensa que se avoluma retoma

[...] a linha que a engrandecera nos tempos da Regência – e por isso foi asperamente negada, amesquinhada, omitida e continua a sê-lo, pela historiografia oficial. [...] Tratava-se de liquidar o escravismo, inteiramente obsoleto, obstáculo ao desenvolvimento material e cultural do país, e de destruir a monarquia, que era a sua roupagem institucional. A imprensa era, por isso, abolicionista e republicana, pelos seus melhores jornais, pelos seus melhores jornalistas. (SODRÉ, 1983, p. 234)

No período, tem início a colaboração constante de escritores com as revistas, em uma prática na imprensa que vai se estender até o período que interessa ao presente estudo, 1927 a 1932. É um período marcado pela falta de especialização onde as funções se confundem, onde o político é homem de letras e imprensa, o romancista cria a prosa, e “todos eram poetas”. (SODRÉ, 1983, p. 241)

Esta mistura de funções gera um vínculo dos homens das letras com o Estado. A ausência de público leitor inviabiliza o projeto de “viver da literatura”. O que faz com que, no Brasil, a relação entre a intelectualidade e o público passe pela imprensa. A imprensa traz visibilidade e renda aos aspirantes a carreira literária. Que também são professores e funcionários públicos. Como afirma Ortiz, no país “[...] temos um caso no qual um órgão voltado para a comunicação de massa se transforma na instância consagradora da legitimidade da obra de arte”. (ORTIZ, 1988, p. 29)

Ainda em um esforço de ampliação de uma cultura impressa no Brasil, têm papel de destaque os almanaques que funcionam como “[...] livros de uso e consulta generalizados”. (SODRÉ, 1983, p. 241) Mas o século XIX, como visto anteriormente, se apresenta com um público leitor reduzido e com um parque gráfico insipiente, onde as editoras imprimiam os livros em Portugal, França e Alemanha, em uma prática que perdurou nas primeiras décadas do século XX.

Com estas dificuldades a consolidação de uma cultura de mercado no Brasil cria normas próprias para se viabilizar. A ausência de autonomia por parte dos escritores em relação ao Estado e à imprensa produz uma visão pouco crítica devido a que “os intelectuais passam a atuar dentro da dependência da lógica comercial, e por fazer do sistema empresarial, têm dificuldade em construir uma visão crítica ao tipo de cultura que produzem”. (ORTIZ, 1988, p. 29)

Ao citar a obra de Roberto Schwarz, Ortiz fala de uma inadequação ideológica característica do Brasil onde há um hiato entre intenção e realização uma vez que o liberalismo entre nós funciona como um ornamento de civilização sem força histórica para provocar mudanças orgânicas na sociedade,

[...] pois como princípio humanístico não se aplica aos fundamentos da sociedade escravista. Porque o ideário liberal chega antes do desenvolvimento das forças sócio-econômicas que o originaram no contexto europeu, ele se encontra na posição esdrúxula de existir sem se realizar [...] Esta excentricidade característica da sociedade brasileira terá peso importante no encaminhamento da discussão da cultura entre nós. (ORTIZ, 1988, p. 30)

Em meio a esta realidade, um formato surgido na França desperta interesse na restrita camada culta no Brasil. O Folhetim. Na segunda metade do século XIX, o folhetim era “ [...] o melhor atrativo do jornal, o prato mais suculento que podia oferecer, e por isso o mais procurado”. (SODRÉ, 1983, p. 243) E escritores como Machado de Assis, Joaquim Manuel de Macedo, Manuel Antônio de Almeida, Raul Pompéia e Aluísio Azevedo publicaram obras neste formato em jornais da época.

Em 1894, grupos de escritores e jornalistas da capital Rio de Janeiro passam a ter como ponto de encontro a Confeitaria Colombo, na rua do Ouvidor, que, dois anos depois será o local onde, ocorrerá, segundo a historiografia oficial, a primeira exibição de cinema no país. Sobre essa geração que constituía os primórdios da imprensa, Sodré comenta:

Algumas figuras dessa geração curiosa, de uma fase em que a imprensa e literatura se confundiam tanto – e isso, só por si, mostra como a imprensa engatinhava, não tendo criado aqui, ainda, a sua própria linguagem e definido seu papel específico – algumas figuras destacadas daquele tempo desapareceram, apagaram-se, ficaram esquecidas. (SODRÉ, 1983, p. 248)

A passagem para o novo século marca a transição da pequena para a grande imprensa. Novas relações se estabelecem entre as empresas, os anunciantes, os leitores e a política. É a época do surgimento da empresa jornalística com novos equipamentos gráficos e o traço burguês e capitalista preponderante. Um momento de acomodação entre a burguesia ascendente, o latifúndio pré-capitalista e o Estado que serve basicamente a esta estrutura latifundiária.

Essa acomodação das forças que constituem o país na virada para o século XX pode ser percebida também na reestruturação das cidades, que tentam criar novos espaços de sociabilidade ao mesmo tempo que buscam disfarçar as mazelas de um passado colonial de extrema desigualdade social e pobreza. No Rio de Janeiro, o processo de urbanização e o surgimento do cinema refletem uma aspiração de modernização onde

[...] a ideia de moderno se associa a valores como progresso e civilização; ela é sobretudo uma representação que articula o subdesenvolvimento da situação brasileira a uma vontade de reconhecimento que as classes dominantes ressentem. Daí o fato de essa atitude estar intimamente relacionada com uma preocupação de fundo, “o que diriam os estrangeiros de nós”, o que reflete não somente uma dependência aos valores europeus, mas revela um esforço de se esculpir um retrato do Brasil condizente com um imaginário civilizado. (ORTIZ, 1988, p. 32)

Na virada do século, o Rio de Janeiro, passa por profundas modificações. Com uma população que em dez anos registrou um crescimento de quase 60%, passando dos 522 mil habitantes em 1890 para 811 mil em 1900³³, a capital da República encarna o perfil de metrópole sul-americana. A maior cidade do país possui o maior porto, é a sede do governo, porta de entrada para os estrangeiros e palco das novidades no setor cultural.

O desenvolvimento dos novos meios de comunicação, telegrafia sem fio, telefone, os meios de transporte movidos a derivados do petróleo, a aviação, a imprensa ilustrada, a indústria fonográfica, o rádio e o cinema intensificarão esse papel da capital da república, tornando-a eixo de irradiação e caixa de ressonância das grandes transformações em marcha pelo mundo, assim como no palco de sua visibilidade e atuação em território brasileiro. (SEVCENKO, 1998, p. 522)

Mas sustentar o status de cartão-postal, exige a adequação, em um mesmo território, das distintas realidades do país. Os meios para execução de tal tarefa mobilizam as discussões entre setores da elite. E remontam a questões de fundo de formação de um Estado e uma nação brasileiros.

³³ Em 1900, as cinco maiores cidades do Brasil à época têm os seguintes números populacionais: Rio de Janeiro - 811.443 habitantes; São Paulo - 239.820 habitantes; Salvador – 205.813 habitantes; Recife – 113.106 habitantes; Belém – 96.560 habitantes. Na década de 20, período analisado no presente estudo, os números são: Rio de Janeiro – 1.157.873 habitantes; São Paulo – 579.033 habitantes; Salvador – 283.422 habitantes; Recife – 238.843 habitantes; Belém – 236.402 habitantes. (IBGE, 2010)

Os dados estatísticos disponíveis para se pensar o Brasil à época estão organizados nos Censos nacionais instituídos na década de 1870.³⁴ A viabilidade do Censo de 1870 coincide com a retomada das discussões acerca da nacionalidade brasileira, que haviam florescido no momento da Independência e arrefecido nas três décadas seguintes. Em 1850 a necessidade de dados estatísticos que dessem conta da população volta à discussão pelas alterações provocadas, entre outros fatores, pela proibição do tráfico de escravos, a lei do ventre livre, e a questão das terras.

Mas a iniciativa sofre repúdio por setores da população que percebem na estatística uma forma de controlar a cobrança de impostos, aumentar a arrecadação, e ampliar o alistamento militar. Pois o desenrolar das discussões antecede a guerra no Paraguai (1864/70) e ocorrem ainda no calor das revoltas pela Independência³⁵ em algumas províncias do país, como a revolução nordestina de 17, a Confederação do Equador (1824), a Sabinada na Bahia (1837/38), Balaiada no Piauí e Maranhão (1838/40), a Cabanagem no Pará (1835/40), a Cabanada e a Praieira em Pernambuco (1832/35) e a Farroupilha no Rio Grande do Sul (1835/45).

Em meio a este período tumultuado da Regência (1831- 1840), é criado o Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro (IHGB)³⁶, em 1838, que vai desempenhar papel importante na historiografia em torno da questão nacional. Com características elitistas, a história a ser desenvolvida pelo Instituto sofre forte influência do pensamento iluminista do século XVIII, com elementos próprios ao Brasil onde a universidade moderna só vai surgir na década de 30 do século XX³⁷.

³⁴ Anteriormente, os censos eram realizados nas províncias, que estabeleciam critérios próprios de levantamento de dados e os encaminhavam à Corte quando solicitados. No artigo “Censos e construção nacional no Brasil Imperial” Botelho (2005) analisa a possível participação dos censos na construção de uma identidade nacional e do Estado-nação.

³⁵ Para a historiadora Claudete Maria Miranda Dias, o “processo de independência do Brasil se estendeu do final do século XVIII (1789) – ponto de partida de manifestações como as conjurações mineira, seguida da baiana e da carioca – e prolonga-se até meados do XIX (1850), quando se consolida a Monarquia Constitucional e censitária com a repressão ao último movimento rebelde deste período, a Praieira, em Pernambuco”. (DIAS, 2003, p. 2)

³⁶ Sobre a criação do IHGB e suas funções, Guimarães questiona como um órgão surgido de uma tradição iluminista poderia levar adiante um projeto adequado aos novos tempos onde o critério fundamental para definir uma identidade nacional é a soberania do princípio nacional. “[...] como conciliar o ideal iluminista supranacional da república das letras com a necessidade de fundamentar historicamente um projeto nacional, construindo seus mitos e representações, porém dando-lhes um estatuto de objetividade e evidência fundados na própria história?”. (GUIMARÃES, 1988, p. 8) Ao que constata: “A leitura empreendida pelo IHGB está assim marcada por um duplo projeto: dar conta de uma gênese da nação brasileira, inserindo-a contudo numa tradição de civilização e progresso, idéias tão caras ao iluminismo”.

³⁷ Renato Ortiz ao falar da autonomia das ciências sociais no Brasil esclarece que “a universidade moderna é um produto recente da história brasileira (USP – 1934; Faculdade Nacional de Filosofia,

[...] deste lado do Atlântico, outro será o espaço da produção historiográfica. Não o espaço sujeito à competição acadêmica própria das universidades europeias, mas o espaço da academia de escolhidos e eleitos a partir de relações sociais nos moldes das academias ilustradas que conheceram seu auge na Europa de fins do século XVII e XVIII. (GUIMARÃES, 1988, p. 5)

No Brasil, pensar a historiografia nacional, no contexto do IHGB, se torna uma extensão, no Brasil, da Coroa Portuguesa, e não uma oposição à Metrópole. Uma historiografia a serviço da continuação do processo civilizatório iniciado pela colonização, onde o retrato da nação “deve ser um desdobramento, nos trópicos, de uma civilização branca e europeia”. (GUIMARÃES, 1988, p. 8).

Nação, Estado e Coroa aparecem como uma unidade no interior da discussão historiográfica relativa ao problema nacional. Quadro bastante diverso, portanto do europeu em que Nação e Estado são pensados em esferas distintas. (GUIMARÃES, 1988, p. 6)

Mas é preciso estar atento antes de estabelecer as comparações. Porque os termos “nação moderna” e “princípio de nacionalidade”, eram recentes e ocupavam de forma central os debates da burguesia liberal e da intelectualidade europeia do período, onde o clima era de profundas redefinições.

Para compreender como o pensamento sobre Nação e Estado ocorrem de forma separada no continente europeu, é interessante o exemplo exposto pelo historiador Eric Hobsbawm³⁸, da situação da Alemanha, em 1740, a partir de um enciclopedista da época³⁹, em que “[...] a palavra (nação) não pode ter significado

RJ – 1939) temos nesse caso um fenômeno semelhante ao jornalismo e a literatura. É somente nos anos 40 que se desenvolve no Brasil uma Ciência Social autônoma”. (ORTIZ, 1988, p. 27)

³⁸ Em seu livro “Nações e nacionalismos desde 1780 – programa, mito e realidade”, utiliza uma abordagem para tratar a “questão da nacional” a partir do conceito de “nação”, tendo como ponto de partida o nacionalismo, que poderia ser reconhecido de forma antecipada, enquanto a “[...] nação real pode ser reconhecida apenas a *posteriori*”. Para a abordagem adotada pelo autor, o nacionalismo vem antes das nações. As nações não formam os nacionalismos e os estados, mas sim o oposto. Nas definições de sua abordagem, Hobsbawm se utiliza, em pontos importantes, mas com restrições, do pensamento de Ernest Gellner (1925 – 1995), para quem as nações “[...] postas como modos naturais ou divinos de classificar os homens, como destino político[...]inerente, são um mito; o nacionalismo, que as vezes toma culturas preexistentes e as transforma em nações, algumas vezes as inventa e frequentemente oblitera as culturas preexistentes: *isto* é uma realidade.” (GELLNER apud HOBBSAWM, 1990, p. 19).

³⁹ Hobsbawm se refere a Johann Heinrich Zedler (1706 – 1752) para quem nação “[...] em seu sentido realmente original, significava um número unido de *Bürger* [...] os quais partilhavam um corpo de costumes valores e leis”. O historiador esclarece que se, à época, as nações fossem intrinsecamente ligadas ao território, os *Wends* (um dos povos eslavos da Alemanha do Leste) da Alemanha “[...] teriam que ser chamados de alemães, o que eles patentemente não são.” Para Zedler, a palavra que descreve a totalidade das pessoas de todas as nações vivendo numa mesma província é *Volk*.

territorial, desde que os membros de diferentes nações (divididos por ‘modos de vida’ – lebensarten - e costumes) podiam viver juntos em uma mesma província por pequena que esta fosse.” (HOBSBAWM, 1990, p. 30)

Acompanhar o pensamento de Hobsbawm é se aventurar no vago terreno das definições de termos complexos como Nação e Estado. Mas enfrentar essa complexidade é um dos possíveis caminhos para a compreensão das profundas modificações e adequações que termos aparentemente comuns passam ao longo do tempo. Por isso a afirmação: “A característica básica da nação moderna é a sua modernidade.” (HOBSBAWM, 1990, p. 27)

Para o historiador, é a equação nação=estado=povo – e especialmente povo soberano, que vincula a nação ao território em uma estrutura e definição dos estados agora essencialmente territoriais. O que permitiria o surgimento de uma variedade de estados-nações derivados da autodeterminação popular, uma vez que:

Do ponto de vista revolucionário⁴⁰ (e visto de baixo) o que caracterizava o povo nação era precisamente o fato de ele representar o interesse comum contra os interesses particulares e o bem comum contra o privilégio [...] (HOBSBAWM, 1990, p. 32)

Ao aceitar que as nações são fenômenos construídos de cima, mas que não podem ser compreendidos sem uma análise que comporte um olhar de baixo atento às “[...] suposições, esperanças, necessidades, aspirações e interesses das pessoas comuns, as quais não são necessariamente nacionais ou menos ainda nacionalistas”, o autor alerta a não confundir “[...] editoriais de jornais com a opinião pública”.

(HOBSBAWM, 1990, p. 30) Ainda em suas especificações em torno da sua abordagem sobre as nações Hobsbawm esclarece que estas “[...] são fenômenos duais, construídos essencialmente pelo alto, mas que, no entanto, não podem ser compreendidas sem ser analisadas de baixo, ou seja, em termos das suposições, esperanças, necessidades, aspirações e interesses das pessoas comuns, as quais não são necessariamente nacionais e menos ainda nacionalistas.” (HOBSBAWM, 1990, p. 20) Para ele, a questão nacional ocorre em uma “[...] intersecção da política, tecnologia e transformação social”. Onde as nações (e seus fenômenos associados) “[...] devem ser analisados em termos das condições econômicas, administrativas, técnicas, políticas e outras exigências”. (HOBSBAWM, 1990, p. 19)

⁴⁰ Quando utiliza o termo revolucionário Hobsbawm se refere às revoluções Francesa (1879) e Americana, assim, para ele, no período, “[...]se a nação tem algo em comum não era a etnicidade, a língua ou o mais, mesmo que estas também pudessem ser uma indicação de vínculo coletivo.[...] Do ponto de vista revolucionário, as diferenças étnicas grupais eram tão secundárias quanto iriam ser mais tarde para os socialistas. [...] Não podemos ler na nação revolucionária nada parecido com o programa posterior de estabelecer Estados-nações para corpos (sociais) definidos em termos tão intensamente debatidos pelos teóricos do século XIX, tais como etnicidade, língua comum, religião, território e lembranças históricas comuns.” (HOBSBAWM, 1990, p. 33)

(HOBSBAWM, 1990, p. 20) Conselho adequado para, no caso do presente estudo, a análise de revistas de uma determinada época.

Seguindo esta orientação, percebe-se uma imprensa bastante prolífera a partir de 1870, que debatia as ideias que circulavam no continente europeu, adequando-as à situação brasileira. Em uma adaptação, que, como vimos, tentava dar sentido e/ou orientação, a uma jovem nação que buscava assentar sua realidade histórica aos anseios de acompanhar as profundas mudanças que ocorriam no mundo ocidental.

Neste período, as opiniões se acaloravam em torno da criação da República. O Partido Republicano Brasileiro⁴¹ lança seu manifesto em 1870, tendo como um dos redatores Quintino Bocaiúva, que retornara de viagem aos Estados Unidos, Argentina e Paraguai (SODRÉ, 1983), trazendo consigo a influência republicana do restante do continente americano - o que já havia sido motivo de indisposições do Brasil com os países vizinhos.

Na medida que Estado, Monarquia e Nação configuram uma totalidade para a discussão do problema nacional brasileiro, externamente define-se o “outro” dessa Nação a partir do critério político das diferenças quanto às formas de organização do Estado. Assim, os grandes inimigos externos do Brasil serão as repúblicas latino-americanas, corporificando a forma republicana de governo, ao mesmo tempo, a representação da barbárie. (GUIMARÃES, 1988, p. 7)⁴²

Os antagonismos, portanto, se expressam nas páginas das publicações que retomam as questões políticas, acaloram as discussões entre a camada culta formada por estudantes, intelectuais, militares, padres e funcionários do governo e atingem as oligarquias latifundiárias.⁴³ “De 1870 a 1872, surgiram no país mais de 20 jornais republicanos, sem falar em folhas do tipo *Opinião Liberal* [...]”. (SODRÉ, 1983, p. 212)

⁴¹ O historiador José Murilo de Carvalho, no artigo “República democracia e federalismo no Brasil, 1870-1891”, expõe as contradições e conflitos dentro do Partido Republicano nos anos que antecederam a República. Segundo ele: “O Partido Republicano foi fundado em 1870 por liberais radicais que se tinham convencido da impossibilidade de realizar as reformas que defendiam dentro do regime monárquico.” (CARVALHO, 2011).

⁴² O Manifesto do Partido Republicano reclamava esta identificação com os países americanos, dificultada pela monarquia. Como expõe Carvalho no artigo já citado, salientando trecho integrante do Manifesto: “Como argumento adicional, o manifesto aduzia o isolamento do Brasil na América: ‘Somos da América e queremos ser americanos’. E a América era a república”. (CARVALHO, 2011)

⁴³ Neste ponto é válido retomar o pensamento de Hobsbawm, uma vez que estava em discussão que tipo de país queria se construir, percebe-se que a discussão continua a ocorrer nos pequenos círculos cultos e letrados. No Brasil, a questão da língua não foi questionada, sendo o português adotado como língua oficial. No caso, a língua sendo critério de formação de uma Nação, é preciso atentar ao que expõe o historiador. “A maioria dos estudiosos, hoje, concordaria que línguas padronizadas nacionais, faladas ou escritas, não podem emergir nessa forma antes da imprensa e da alfabetização

O debate político chega também às revistas ilustradas, que num primeiro momento passaram por críticas por estarem vinculadas ao poder monárquico central. Logo, porém, se adaptando e absorvendo para as suas páginas a discussão política. A *Revista Ilustrada*, já mencionada, empreende forte campanha abolicionista tendo Ângelo Agostini à frente às críticas veiculadas pela revista. Precursor das histórias em quadrinhos no Brasil, Agostini se utiliza da ilustração para manifestar sua militância política, legando ao país uma importante representação pictórica.

A *Revista* (Ilustrada) foi [...] o maior documentário ilustrado que qualquer período da nossa história conheceu [...] Agostini foi um dos mais expressivos exemplos de como a militância política enriquece, amplia e multiplica o efeito das criações artísticas autênticas [...] Suas caricaturas por vezes contundentes puseram a nu os traços grotescos da classe dominante brasileira do tempo, suas irremediáveis mazelas, seu atraso insuportável, e o vazio triste dos ornamentos, dos artifícios, dos disfarces com que se apresentava, buscando aparentar grandeza. (SODRÉ, 1983, p. 218)

A proliferação das revistas ilustradas trouxe outro efeito, percebido pelo abolicionista Joaquim Nabuco (1849-1910), que como destacado por Sodré (1983), teria chamado a *Revista Ilustrada* de “Bíblia da Abolição dos que não sabem ler”. (SODRÉ, 1983, p. 218) No caminho da *Revista Ilustrada*, viriam ainda, segundo Sodré (1983), o *Pssit* (1877), *O Besouro* (1878), *A Lanterna* (1878), *Figaro* (1878), *Zigue-Zague* (1878), *O Ganganelli* (1876), *O Diabrete* (1877), *O Binóculo* (1881), *O Gryphus* (1882), *Rataplan* (1886), além de *Cigarra*, *A Bruxa*, *Ilustração do Brasil*, *Vida Fluminense*, *A Estação*, *Novo Mundo*, as duas últimas impressas no exterior. (SODRÉ, 1983, p. 220)

Este aumento no número de revistas ilustradas no Brasil do período, junto à constatação feita por Joaquim Nabuco, tem relevância para o presente estudo se pensarmos no desenvolvimento, treinamento do olhar a partir das imagens. Assim, são interessantes, também, os embates que se estabelecem nesta fase de transição com relação aos símbolos que deveriam representar a nova república.

Em uma análise que nos remete à questão da construção dos Estados-nação, quando os estados deixam de estar vinculados a uma dinastia, e uma variedade de recursos passa a ser utilizada para provocar um sentimento de pertencimento ao

em massa, e portanto, da escolarização em massa.” (HOBSBAWM, 1990, p. 19) O que, como visto anteriormente, não ocorria no Brasil.

território. Estes recursos abrangem desde uma língua, uma ancestralidade, uma história visando uma continuidade, uma música,

[...] uma série de heróis emblemáticos das virtudes nacionais, monumentos culturais, um folclore, lugares simbólicos e uma paisagem típica, uma mentalidade particular [...]” até “[...] representações oficiais: o hino e a bandeira. (THIESSE, 1999 apud JURT, 2012)

No Brasil, essa busca por símbolos que representassem um sentimento nacional, uma identificação e um pertencimento é reveladora das influências que atingiam as elites dirigentes. E relevante para a compreensão dos traços que estarão presentes nos costumes e produções culturais do país no período estudado.

As discussões em torno da construção do simbolismo político do Brasil para a República, deixa clara a influência da França, dos Estados Unidos, e a permanência da referência à Coroa Portuguesa.⁴⁴ Enquanto as referências relativas aos Estados Unidos se restringem às discussões sobre a nova bandeira a ser adotada, a presença francesa permeava as decisões sobre os símbolos a serem construídos de forma mais ampla em uma relação de proximidade desenvolvida ao longo do século XIX.

Como esclarece Jurt (2011), Joachim Lebreton (1760-1819) ex-primeiro secretário da Academia de Belas Artes de Paris durante o regime de Napoleão ofereceu seus serviços ao príncipe regente Dom João, no Rio de Janeiro após a queda do ex-imperador. Em 1816 ele chega ao Brasil acompanhado de ex-integrantes da Academia de Belas Artes de Paris.

No grupo, que ficou conhecido como Missão Artística Francesa estavam, além de Lebreton; o pintor de história, Jean Baptiste Debret (1768-1848); o pintor de paisagens e de batalhas, Nicolas-Antoine Taunay (1755-1830); o arquiteto Auguste

⁴⁴ No artigo “O Brasil: um Estado-nação a ser contruído. O papel dos símbolos nacionais, do Império à República”, o linguista e professor de literatura Joseph Jurt, descreve a trajetória da construção dos símbolos da Nação brasileira como a bandeira, o hino nacional e a alegoria da República e traça uma breve relação com o mesmo processo na França e Alemanha. Com relação à bandeira ele expõe que: “O pintor Jean-Baptiste Debret, sobrinho e aluno de David, ficou encarregado de organizar a Academia de pintura e, estando em contato com Pedro I antes de sua coroação, tornou-se um dos pintores preferidos da Coroa imperial. Pedro I encarregou-o de desenhar uma bandeira para o Império independente do Brasil, destinada a se tornar o símbolo da nação em vias de constituição. A bandeira proposta por Debret era composta de um retângulo verde, no centro do qual figurava um losango amarelo. O verde correspondia à cor da dinastia de Pedro, a família real dos Bragança, e o amarelo, à dinastia da qual era oriunda sua mulher, os Habsburgo. A bandeira mantinha, portanto, a tradição dinástica e não significava (ainda) o verde das florestas amazônicas nem o ouro do subsolo, como se reinterpretaria mais tarde. (JURT, 2012).

Grandjean de Montigny (1776-1830); o escultor Auguste-Marie Taunay (1768-1824). No mesmo ano, Dom João VI cria a Escola Real de Ciências, Artes e Ofícios onde estes artistas desenvolveram importante papel, tendo sido responsáveis pela introdução do estilo neoclássico no país, onde predominava o Barroco Colonial. Como observa Jurt, a influência econômica da Grã-Bretanha foi predominante a partir de 1815, mas isto foi “em certa medida compensada pela atividade cultural dos franceses.” (JURT, 2012)

E a presença francesa não se restringia a Escola Real de Ciências, Artes e Ofícios. O IHGB, de 1838, também contaria com a colaboração da França e teria no Institut Historique de Paris, fundado em 1834, os parâmetros do trabalho historiográfico a ser desenvolvido, além de uma instância legitimadora da agremiação no exterior. A relação de trocas foi intensa nos anos iniciais do IHGB e podem ser melhor entendidas se:

[...] remetidas ao quadro mais amplo em que a França e seu papel “civilizador” fornecem os modelos de vida social e do trabalho intelectual. Construir a imagem de um Brasil como frente avançada da civilização francesa nos trópicos é, sem dúvida, o projeto subjacente ao intenso contato que as duas instituições irão incentivar. (GUIMARÃES, 1988, p. 13)

Neste cenário que se configura, não menos importante é o exército que, como vimos anteriormente, desempenha um papel de autoridade que ganha força no século XIX, principalmente durante a guerra do Paraguai⁴⁵. Poder que se estrutura com grande influência do positivismo de Auguste Comte. Mas o que nos interessa é perceber as diferentes correntes de influências que marcam o fim do Império, em 1889, e a busca por símbolos de identificação nacional. Onde o novo “[...] não era o fato de citarem autoridades europeias para sustentar suas opiniões. Esse recurso retórico era utilizado por todos. O novo era a mudança de autores.” (CARVALHO, 2011)

O autor esclarece que estas influências sofreram adaptações “[...] muitas delas perfeitamente incongruentes.” (CARVALHO, 2011) Mas que no momento da transição do regime duas visões, apesar das adequações, eram visíveis:

⁴⁵ Sobre a formação do Exército os aparatos de policiamento no império como elementos constitutivos do processo de formação do Estado nacional Brasileiro, ver a tese de doutoramento “Em nome da ordem: a constituição de aparatos policiais no universo luso-brasileiro (séculos XVIII e XIX). (FARIA, 2007).

De um lado, o que se podia chamar de república do Manifesto, democrática, representativa, liberal, federal. De outro, a república dos dissidentes, sociocrática, ditatorial, simpática ao unitarismo. A primeira vinculava-se, sobretudo, a Spencer [...] A segunda baseava-se em Comte [...]. (CARVALHO, 2011)

Entre o liberalismo a americana, o jacobinismo a francesa e o positivismo (CARVALHO, 1990, p. 9), transcorrem os primeiros anos da República. A imprensa, após distintas fases, já está consolidada ao mesmo tempo que vivencia a passagem do modelo artesanal para o empresarial. O primeiro se mantém nas cidades do interior e o segundo se confirma nos centros urbanos.

Nestas cidades, a forma de produção e circulação sofre mudanças bem como as relações com os anunciantes e os leitores, que apresentam novos hábitos, e com o poder político que se ajusta entre as demandas de uma sociedade capitalista incipiente e uma economia de base oligárquica latifundiária.

As novas relações com o poder político porém, não rompem o hábito da subvenção da imprensa pelo Estado. Onde a opinião fica comprometida com o vínculo financeiro estabelecido. Com um modelo capitalista a dar os primeiros passos, fora dos setores agrícola e pecuário, é o capital comercial das cidades que permite a circulação e acumulação de recursos, respondendo também pelos primeiros dias da empresa jornalística no país, pois “[...] as forças que dominavam a imprensa do tempo eram o Estado e o capital comercial [...]” (SODRÉ, 1983, p. 278)

E as mudanças no novo contexto de relações atingem os conteúdos da imprensa que precisam atender a novas demandas. Como expõe Sodré, para quem as alterações ocorrem lenta e continuamente em uma tendência

[...] ao declínio do folhetim, substituído pelo colunismo e, pouco a pouco, pela reportagem; a tendência para a entrevista, substituindo o simples artigo político; a tendência para o predomínio da informação sobre a doutrinação [...] (SODRÉ, 1983, p. 296)

Modificações que permitem a proliferação de revistas ilustradas marcando uma diferenciação do jornal.

Nelas (revistas) é que irão se refugiar os homens das letras, acentuando a tendência do jornal para caracterizar-se definitivamente como imprensa: as revistas passarão [...] por um período em que são principalmente literárias, embora também um pouco mundanas e,

algumas, críticas. O desenvolvimento das artes gráficas permite, agora, essa repartição. (SODRÉ, 1983, p. 297)

É nesse ambiente que nasce, em 1907, no Rio de Janeiro, a Revista *Fon Fon*⁴⁶, que vai circular até 1958. Sendo contemporânea da Revista *Cinearte*, (1926 -1942), também do Rio de Janeiro, no período analisado no presente trabalho, de 1927 a 1932.

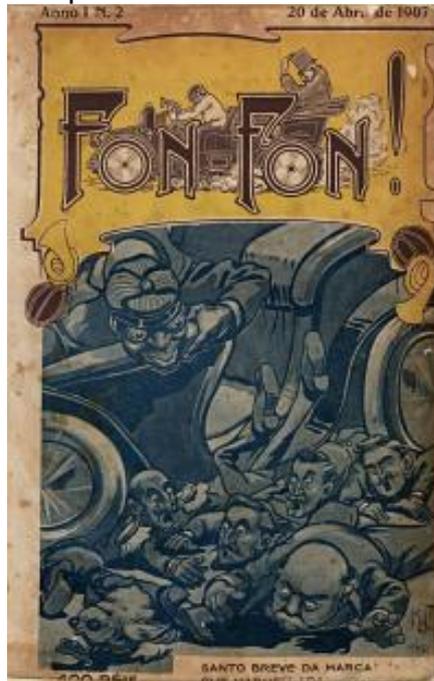
2.1.1 A Revista *Fon-Fon*

A revista *Fon-Fon* é lançada em 13 abril de 1907, no Rio de Janeiro e circula até agosto de 1958. A periodicidade é semanal e o primeiro número apresenta trinta e seis páginas. O logotipo do primeiro número é um automóvel, conduzido por um chofer e o passageiro é um senhor elegante que precisa segurar a cartola na cabeça, em uma referência à velocidade do carro – e ao fascínio com relação às máquinas modernas, e em uma metáfora à rapidez dos novos tempos. (Figura 1)

O avião e o automóvel serviram como símbolos especialmente poderosos daquilo que era crescentemente percebido como a modernidade da época. O culto à velocidade não era privilégio apenas de alguns pintores futuristas mas era compartilhado por uma gama enorme de apreciadores, o que se reflete tanto na popularidade do automobilismo como prática esportiva quanto em títulos de revistas como *Fon-Fon* (Rio, 1907) e *Klaxon* (São Paulo, 1922) ambos os quais remetem a buzina do carro. (DENIS, 2000, p. 132)

⁴⁶ O presente trabalho adotará a grafia *Fon-Fon*, que é a utilizada na revista durante o período analisado. Mas manterá outras grafias quando parte de citações de outros autores.

Figura 1 - Capa revista Fon-Fon Primeira Edição



Fonte: Fon Fon, 13 abril de 1907. Capa. Hemeroteca Digital Brasileira.
 Legenda: Primeiro número da revista Fon Fon com o primeiro logotipo da revista.

O estilo do logotipo é *Art Nouveau*⁴⁷, e lembra os trabalhos do artista tcheco, Alphonse Mucha⁴⁸ (1860 – 1939), que “[...] explorou com maior intensidade essa linguagem visual, com um viés comercial, aplicando-a na criação de cartazes e anúncios.” (CORREA, 2008, p. 14). (Figura 2) (Figura 3)

⁴⁷ Em sua obra “Uma introdução à história do design”, Rafael Cardoso Denis esclarece que o *Art Nouveau* (Arte Nova) surge na última década do século XIX e na primeira década do século XX e provém de fontes, inspirações e propósitos diversificados. O estilo comporta as contradições da era moderna, resultando, quase por paradoxo, “[...] no primeiro estilo verdadeiramente moderno e internacional [...]” (DENIS, 2000, p. 87) Segundo o autor o *Art Nouveau* não se vincula a um grupo específico e nem a um movimento unitário. Ele é uma junção de artistas de distintos países produzindo obras variadas “[...] que incluem desde cartazes e revistas, pintura de cavaletes, joias e vasos até mobiliário, edifícios e obras urbanísticas.” (DENIS, 2000, p. 88) Comumente o estilo “[...] está associado na imaginação popular com a sinuosidade de formas botânicas estilizadas, com uma profusão de motivos florais e femininos em curvas assimétricas e cores vivas, com a exuberância vegetal de formas que brotam de uma base tênue, se impulsionam verticalmente, se entrelaçam e irrompem em uma plenitude redonda e orgânica: culminando, tipicamente, em flores douradas, asas de libélula ou penas de pavão. Porém, o *Art Nouveau* também abrange a austeridade de formas geométricas e angulares, a contenção de linhas de contorno pronunciadas, a severidade de planos retos e delgados.” (DENIS, 2000, p. 88)

⁴⁸ O nome do artista em checo é Alfons Maria Mucha

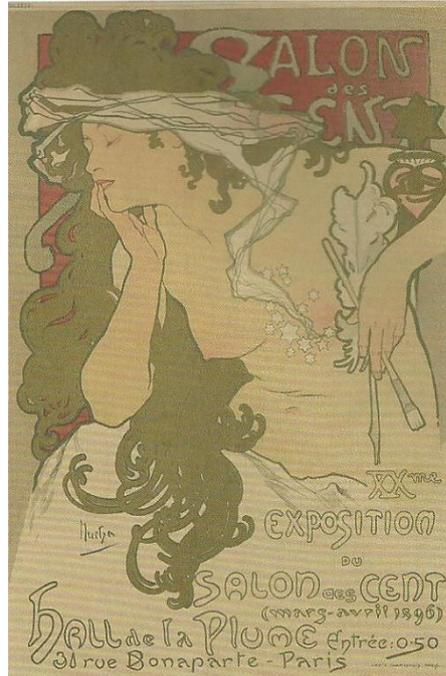
Figura 2 – Cartaz Mucha 1896 Sarah Bernhardt



Fonte: Kühnel, Lailach, Weber, 2014, p. 108.

Legenda: Cartaz de Alphonse Mucha constante na publicação da exposição Avantgarde!

Figura 3 - Cartaz Mucha 1896 Salon des Cent



Fonte: Kühnel, Lailach, Weber, 2014, p. 71.

Legenda: Cartaz de Alphonse Mucha constante na publicação da exposição Avantgarde!

A revista *Fon-Fon* é editada por Gonzaga Duque, Mário Pederneiras e Lima Campos. Os três são intelectuais cariocas ligados ao movimento simbolista e com passagem por outras revistas.

O modernismo no Rio começou com os simbolistas, mais dissidentes que revolucionários. Eles foram os críticos da razão moderna, a razão da técnica e da ciência e buscaram outras razões através de uma estética da sugestão, de uma imaginação extravagante e uma abertura ao inconsciente. (LINS, 2008, p. 59)

Os integrantes da *Fon-Fon* compõem o segundo grupo de simbolistas ligados às revistas. O primeiro grupo data de 1890 a 1892 na *Folha Popular* onde Lima Campos e Gonzaga Duque colaboraram. No ano do lançamento, fazem parte do time da *Fon-Fon* Álvaro Moreyra e Hermes Fontes. Pederneiras, Duque e Campos dirigiram a *Fon-Fon* até 1914, quando Álvaro Moreyra assume o comando. Profissionais já reconhecidos integram a redação inicial da *Fon-Fon*, que, no decorrer dos anos, abriu espaço para novos talentos.

Os ilustradores eram o que o país conhecia de melhor: Raul, Calixto e J.Carlos, na primeira fase; Correia Dias na segunda. *Fon-Fon* espelhava o esnobismo carioca, fazia crítica, apresentava flagrantes e

tipos do set da cidade, com muita fotografia e muita ilustração, e muita literatura na primeira fase. Nela apareceram Nair de Tefé (Rian), em 1910, e Emílio Cardoso Aires. (SODRÉ, 1983, p. 302)

A revista funciona, dessa forma, como local de troca de experiências e aprendizagem, onde os integrantes fazem a sua participação com o arcabouço intelectual e cultural que desenvolveram no exercício das suas especialidades. Exemplo disso é a adoção do estilo *Art Nouveau*, a partir, da influência do trabalho de Mucha, que chega ao Brasil através do “[...] artista português Julião Machado e dos brasileiros Calixto Cordeiro, Raul Pederneiras e J. Carlos, os maiores artistas gráficos atuantes no início do século XX [...]” (CORREA, 2008, p. 15) Mas o que, em 1900, chega com ares de inovação estética, tem uma trajetória anterior onde

[...] a formação do *Art Nouveau* pode ser traçada a inúmeras fontes no século 19, incluindo toda uma gama de historicismos e ecletismos, além da influência imediata do *Arts and Crafts* e de movimentos artísticos como o Simbolismo e o Esteticismo. (DENIS, 2000, p. 88)

A presença de ilustrações - a acompanharem os textos, e de charges relativas aos costumes da época é relevante nas páginas de *Fon-Fon*, na primeira edição. Desde o princípio a revista aborda temas mundanos do universo da elite carioca, faz críticas ao governo republicano, usa um humor refinado para atacar políticos, ironiza hábitos presentes na capital federal, apresenta poemas, contos e notas sobre o cotidiano.

Na página de apresentação, logo abaixo do logotipo, os editores escrevem o lema da revista como “um semanário alegre, político, crítico e esfuziante”. E ironiza a infraestrutura do país em uma autoreferência que diz: “Noticiário avariado, telegrafia sem arame, crônica, epidêmica”. (FON-FON, 13 de abril de 1907, nº 1, p. 3)⁴⁹ Os editores esclarecem que a revista tem o intuito de ser leve e fazer rir, “[...] com considerações a atender e preconceitos a respeitar”. (FON-FON, 13 de abril de 1907, nº 1, p. 3) O olhar sobre o cotidiano também é anunciado no texto de apresentação onde os autores expõem que a publicação não é voltada a discussões mais aprofundadas nem a formalidades.

⁴⁹ No presente trabalho, optou-se pela utilização da ortografia atual, para facilitar a compreensão e fluidez da leitura do texto.

Para os graves problemas da vida, para a mascarada Política, para a sisudez conselheiral das Finanças e da intrincada complicação dos Princípios Sociais, cá temos a resposta própria: aperta-se a “sirene” e ... “Fon-Fon” ... “Fon-Fon”.

Se a coisa for grave de mais, com feições de Filosofia, com dogmas de ensinamentos, aperta-se demoradamente a “sirene” e ela responderá por nós, profunda e lamentosamente; “Fô ... ôn. Fô...ôn. Fô ...ôn”.

E pronto, não haverá assunto mais sobrecasaca preta, mais cartola, mais Instituto Histórico que resista a ferina expressão desta “sirene” boemia.” (FON-FON, 13 de abril de 1907, nº 1, p. 3)

Nesta primeira edição predominam as ilustrações e charges – totalizando 24 distribuídas nas 36 páginas, em relação à fotografia – que somam 12, das quais mais da metade são de evento ocorrido no Jockey Clube do Rio de Janeiro. O texto que acompanha estas fotos confirma o espaço concedido ao mundanismo e aos hábitos da elite local.

Era a sociedade elegante, o nosso feminismo encantador, que ali se reunia, num *rendez-vous* delicioso de graça e coquetismo. Eram as altas personalidades da Governança, da Política e das Letras, enfim, de todas as posições sociais, que iam para ali levar o contingente da sua importância e da sua decoração [...]. (FON-FON, 13 de abril de 1907, nº 1, p. 27)

A passagem mostra uma confusão e um descuido com relação a movimentos políticos e sociais relativos à mulher no momento em que colocam em uma mesma situação o feminismo, o coquetismo e a graça feminina. Mas já traz um panorama dos costumes relacionados ao bem vestir entre a alta-sociedade em uma preocupação com a civilidade presente também em outras páginas e textos onde vemos títulos como “As alegrias de um paletó branco” (FON-FON, 13 de abril de 1907, nº 1, p. 15) e “Crônica da moda”. (FON-FON, 13 de abril de 1907, nº 1, p. 30)

O vínculo com a França está presente nesta primeira edição onde textos em francês aparecem em citações e ocupam quase a totalidade da página 19. Esta influência segue um histórico, como já explicitado anteriormente, da relação cultural com o país. E as revistas funcionavam como um veículo de divulgação e promoção destes referenciais. (Figura 4)

Figura 4 - Figurinos em Fon-Fon, 1907



Fonte: Fon-Fon, v. 1, n. 1, 13 de abril, 1907, p. 44. Hemeroteca Digital Brasileira.
 Legenda: Figurinos da época de lançamento da revista. Referência em Paris.

Assim, as revistas “[...] transformaram-se em especialistas na apropriação, tradução e circulação dos saberes.” (VELLOSO, 2008, p.11) Segundo a autora, Eça de Queiroz desempenhou importante papel nestas aproximações.

Eça de Queiroz foi um excelente mediador cultural, estabelecendo laços de comunicação com Portugal, França e Brasil. [...] Em Paris, quando exercia a função de cônsul, Eça tinha como uma de suas metas mais apaixonantes o projeto de modernização literária de Portugal e do Brasil. Pretendia criar revistas em Paris especialmente dirigidas aos leitores portugueses e brasileiros. [...] Esse projeto de utilizar revistas como veículo da atualização cultural brasileira, tomando-se Paris como centro de referência civilizacional se concretizou, claramente, no início do século XX. (VELLOSO, 2008, p.12)

Neste primeiro número não há referência ao cinema. Mas uma página é dedicada ao teatro e aos hábitos a ele relacionados, como por exemplo o uso do smoking para os homens. O universo masculino é predominante nos primeiros anos da revista, tendência que se modifica com o tempo.

Em 1922 a revista passa a ser propriedade de Sérgio Silva, que assina também como seu diretor, permanecendo no cargo o seu encerramento. O diretor de redação é Gustavo Barroso. Também fazem parte do corpo editorial da revista, durante o período analisado, Matins Capistrano, o poeta Hermes Fontes, Mario Poppe e Bastos Portela, notando-se que “ [...] muitos destes escrevendo por meio de pseudônimos, permitiam, desse modo, dobrar o número de seções da revista e, portanto, reforçar seu caráter nacionalista, legitimado na década seguinte.” (NAHES, 2007, p. 101)

Assim, em 1927, a Fon-Fon mais que dobrou de tamanho, apresentando no primeiro número do ano 84 páginas. A capa (Figura 5) é uma ilustração de Iracema, porém com a pele branca e traços europeus. A índia utiliza ornamentos mais próximos a uma representação dos índios norte-americanos, o que se percebe no cocar e na gola da vestimenta.

Figura 5 - Capa Fon-Fon Iracema, 1927



Fonte: Fon Fon, v. 21, nº 1, 1º de Janeiro de 1927. Capa. Hemeroteca Digital Brasileira.

O logotipo muda e as formas arredondadas do primeiro período são substituídos por letras retas e agora sem o ponto de exclamação. A mudança acompanha as alterações que ocorrem no campo da estética, onde se percebe uma

transição do estilo *Art Nouveau* para o *Art Deco*⁵⁰, em um entrelaçamento, “[...] um diálogo, mais que uma disputa.” (DENIS, 2000, p. 88) Porém, com diferenças marcantes relativas aos distintos momentos históricos que vinculam o *Art Nouveau* à *Belle Époque* e ao luxo, em um período anterior à Primeira Guerra Mundial, e o *Art Deco* a um sentimento modernista das décadas de 1920 e 1930.

Ao comparar o *Art Nouveau* europeu de 1900 com o *Art Decó* americano por volta de 1930, o observador se depara com dois extremos inconfundíveis: de um lado um estilo de elite produzido por renomados artistas e, do outro, um estilo de massa produzido e consumido quase que anonimamente nas grandes metrópoles da *jazz age* americana e amplamente divulgado pelo cinema Hollywoodiano. (DENIS, 2000, p. 89-90)

Os vinte anos que separam as duas edições mostram alterações significativas. A irreverência característica do primeiro número não está presente na edição da primeira semana de janeiro de 1927 e é visível uma mudança na linha editorial. Como expõe Vera Lins, com o tempo “[...] Fon-Fon! perdeu a virulência e alguns colaboradores, como Álvaro Moreira que foi dirigir *Para Todos* e *Seleta*, ambas com um modelo semelhante”. (LINS, 2008, p. 61)

Se na primeira década *Fon-Fon* era dirigida por ideais que mesclavam anarquismo, socialismo incipiente e contrariedade ao conservadorismo imperial, aos poucos, novas forças passaram a se apresentar nas páginas do semanário. E os ideais republicanos do grupo de origem

[...] foram logo traídos pelos republicanos positivistas e pelo partido PRP, dos ricos fazendeiros de café. O capital estrangeiro, representado pelos bancos ingleses, o avanço técnico e o jornalismo empresarial impuseram um estilo em que a mercadoria dominava a cena. (LINS, 2008, p. 66)

A crítica e a irreverência vão perdendo lugar e o Rio de Janeiro, é local de registro das novas tendências. Os traçados retos, o saneamento e a funcionalidade

⁵⁰ Segundo Denis, “[...] o *Art Nouveau* acaba se confundindo com os motivos e as formas do *Art Deco*, seu sucessor como estilo decorativo.” (DENIS, 2000, p. 88) O autor esclarece que há uma continuidade entre os estilos apesar de, geralmente, se estabelecer um contraste entre os dois, em que o *Art Decó* aparece como “[...] menos ornamentado e mais construtivo, menos floral e mais geométrico, menos orgânico e mais mecânico, menos um entrelaçamento de linhas e mais uma sobreposição de planos [...]” (DENIS, 2000, p. 88)

promovida pelo prefeito Pereira Passos⁵¹ serviram de alicerces para um novo momento.

Cidade oficial, capital e porto cosmopolita, tudo que acontecia de novo aqui se diluía na moda. Nesses primeiros vinte anos do século, as transformações da cidade aconteceram no sentido da disciplina, do controle e da glorificação da energia, da agressividade e da velocidade. (LINS, 2008, p. 68)

A boemia característica dos primeiros anos também cede lugar ao novo. “O que fizera desaparecer a boemia, entretanto, não fora a obra de Pereira Passos, mas a generalização das relações capitalistas com as quais ela era incompatível; é essa mesma causa que começa a exigir alterações na imprensa.” (SODRÉ, 1983, p. 296)

Assim, na edição de 1º de janeiro de 1927 da *Fon-Fon*, os textos são mais longos, seguem os contos e poesias, mas a riqueza das ilustrações e charges, que marcavam o estilo da revista em 1907, não se fazem mais tão presentes. As fotos aumentaram em número, chegando a 40 (sem contar as que compõem o material de divulgação de filmes), porém permanecem como registros das atividades oficiais do governo e das elites cariocas.

A publicidade ocupa um grande espaço, com uma diversificação dos produtos oferecidos, totalizando vinte páginas. Uma mudança significativa se levarmos em consideração que o número de lançamento, em 1907, apresentava apenas uma publicidade⁵², mas que segue a lógica do mercado de consumo que se consolida no país.

A retórica publicitária [...] com o passar do tempo se consagra à medida que a mídia Revista foi evoluindo e se especializando na estética e nos conceitos de moda, ditados por outras culturas que criavam padrões de beleza plástica, de sensualidade, de estilos arquitetônicos e modelos de figurinos. Esses objetos eram incorporados à cultura brasileira, mesmo não pertencendo à realidade local e, portanto, eram, naturalmente absorvidos e utilizados em todos os processos de produção cultural, entre eles, a publicação de revistas. (CORREA, 2008, p. 11)

O cinema tem espaço nobre na revista que dedica sete páginas ao assunto, com as colunas “Fon-Fon 7 dias no cinema” e “Nos cinemas da avenida”. A primeira

⁵¹ Pereira Passos (1836 – 1913) foi prefeito do Rio de Janeiro de 1902 a 1906.

⁵² É preciso ter cuidado ao fazer comparações, uma vez que a publicidade está ligada a credibilidade e tempo de existência de um periódico no mercado.

apresenta as sinopses de filmes de Hollywood, com um material de divulgação que totaliza 11 fotos. “Nos cinemas da avenida” traz comentários acerca dos filmes em cartaz no Rio de Janeiro e a sua cotação.

2.1.2 A Revista Cinearte

Na década de 20 do século XX o cinema, e os assuntos ligados a ele, ganham notoriedade, em um processo que se intensifica a partir dos anos 10. E isto se reflete no número de publicações voltadas ao assunto. Esta movimentação, concentrada principalmente no Rio de Janeiro, pode ser acompanhada no “Esboço de Cronologia da Revistas Cinematográficas”, em levantamento de Hernani Heffner:

1898 - *Animatographo*; 1913 - *Revista Cinematographica, Cinema (posteriormente) Cine-Theatro*; 1914 - *Selecta* (predominantemente de cinema a partir de 1920); 1917 - *Theatro e Film, Revista dos Cinemas*; 1918 - *Palcos e Telas, A Fita, Para Todos...* (idem a partir de 1920); 1919 - *Cinema, Cine Revista*; 1920 - *A Tela, Artes e Artistas, O Cine*; 1921 - *A Scena Muda, Telas e Ribaltas, A Fita, Helios*; 1922 - *Revista Universal*; 1924 - *Foto-Film*; 1926 - *Cinearte*; 1927 - *Cinema, A Tela, O Exibidor, Cine Modearte*; 1928 - *O Fan*; 1929 - *Cinema e Film, Cine (Revista Cinematographica Social)*; 1930 *Fan Magazine*; 1932 *Filmundo*. (HEFFNER, 2012)

No entanto, poucas são as revistas que conseguem se manter em circulação em um cenário que apresenta grandes desafios.

Forte e historicamente marcado por uma periodicidade irregular e por uma descontinuidade crônica, evidencia uma configuração estrutural onde a maioria dos títulos não alcançou o número 10, as tiragens máximas nunca ultrapassaram 100.000 exemplares, o preço médio sempre foi alto para a maioria da população e o projeto editorial definia-se *grosso modo* pela opção entre o cinema estrangeiro (quase sempre o estadunidense) e o cinema brasileiro, com raro equilíbrio entre ambos. (HEFFNER, 2012)

A revista *Cinearte*, representa uma exceção a esta regra. Ela entra em circulação em março de 1926 e encerra em julho de 1942, com uma existência de 16 anos que registra momentos de bastante êxito dentro da realidade do país.

Cinearte é publicada pela editora Sociedade Anônima *O Malho*, detentora de um dos maiores parques gráficos do Brasil à época, sendo responsável também pelas

publicações *Tico-Tico*, *O Malho*, *Moda e Bordado*, *A Arte de Bordar*, e *Ilustração Brasileira*. O proprietário é Pimenta de Mello.

A responsabilidade pela condução de *Cinearte* fica a encargo de Adhemar Gonzaga e Mario Behring, o primeiro tendo sido o motivador da proposta de criação da revista. Ambos vêm de experiências anteriores em publicações e se encontraram na redação da revista *Para Todos* (1918) onde Behring, a partir de 1919, além de dividir a direção da revista com Álvaro Moreyra, assina a coluna “Cinema Para Todos”, que vai dar origem à *Cinearte*.

Behring, havia passado pelas redações de *Kosmos* (1904-1909) e *Fon-Fon* (entre outras), e fazia parte do círculo de intelectuais das letras do Rio de Janeiro à época. Desde 1903 era funcionário concursado da Biblioteca Nacional. A partir de 1923, ele passa a dividir a coluna “Cinema Para todos” com Adhemar Gonzaga.

Gonzaga desenvolveu o gosto pelo cinema cedo, e, aos 16 anos participa da criação do cineclube Clube do Paredão, com seu ex-colega de ginásio Pedro Mallet de Lima, que vai ter papel de destaque na história da *Cinearte*, onde fica de 1927 a 1930. Outros integrantes do Clube do Paredão farão parte da redação da revista.

A entrada de Adhemar Gonzaga na *Para Todos* ocorre a partir do seu padrinho, João Carlos de Oliveira Rosário, detentor da concessão da exploração da loteria no Rio de Janeiro ligada a Companhia Nacional de Loterias do Brasil. Rosário imprimia os bilhetes de loteria na Gráfica Pimenta de Mello, da Sociedade Anônima *O Malho*, editora da *Para Todos*. E as relações do padrinho de Adhemar Gonzaga chegavam a outros ramos da área cinematográfica na Capital.

Amigo de Paschoal Segretto, João Carlos financiou os primeiros filmes do comediante Labanca, que possuía um estúdio cinematográfico na rua do Lavradio, e ajudou a sustentar financeiramente as salas de exibição de Cruz Jr.. Este era exibidor do Cinema Íris, onde, em 1923, Adhemar trabalharia como publicista, criando anúncios dos filmes em cartaz. (LUCAS, 2005, p. 64)

Pedro Lima cursou três anos da faculdade de Direito, e foi coadjuvante no filme *Jóia Maldita*, de Luiz de Barros (1893 – 1981). Colaborou com as revistas *A Fita*, *Palcos e Telas* e *Fon-Fon*. Na revista *Selecta*, lança, em 1924, a seção “Cinema no Brasil”. Ele se junta ao time da *Cinearte* em 1927 e assina a seção destinada ao cinema brasileiro que, ao longo de 16 anos, se chamou “Filmagem Brasileira”, “Cinema Brasileiro”, “Cinema do Brasil”.

Ao longo da sua existência *Cinearte*, mantém uma certa regularidade quanto ao formato e ao número de páginas. Sua apresentação tem como referência a revista norte-americana *Photoplay*, de 1910, que apresentava uma publicidade com qualidade gráfica e que serviu de apoio à divulgação do *star-system* nos Estados Unidos da América.

Os padrões de papel e de formato perdurariam com pouquíssimas alterações até sua última edição, de número 561, em julho de 1942. Com a medida de 31X33 centímetros, o “miolo” da revista era impresso em “papel jornal” e as edições variavam a cor das imagens e dos caracteres: azul, verde, marrom, vermelho e etc. Alguns números possuíam páginas em papel especial, que variam de quatro a doze em média, algumas contendo apenas anúncios publicitários. A contracapa, assim como a página 02 e penúltima também são em cores. (LUCAS, 2005, p. 69)

A revista também trazia um grande número de fotografias, na sua maioria material de divulgação distribuído pelas empresas representantes dos grandes estúdios estrangeiros no Brasil. Em uma prática comum no período não apenas no Rio de Janeiro, uma vez que, além do aumento dos espaços de exibição dos produtos (filmes) propriamente ditos, os materiais de divulgação produzidos nos Estados Unidos da América entram com força no mercado nacional.

Na cidade de São Paulo dos anos 20, as revistas de variedades e os jornais da grande imprensa passaram a adquirir matérias e imagens sobre astros e estrelas hollywoodianos produzidos pela imprensa internacional especializada. Dentre os temas veiculados, aqueles que tratavam da vida privada dos atores destacavam-se. Ao lê-los podemos entrever como os mínimos gestos cotidianos podiam ser “glamorizados” ou, na maioria das vezes, cuidadosamente roteirizados para se tornar notícia. (FERRARESI, 2007, p. 296)

O aproveitamento do material de divulgação produzido pelas companhias cinematográficas se torna “[...] ‘o melhor negócio’ para os ‘agentes de jornais’”. (ALMEIDA apud FERRARESI, 2007, p. 310) e também para “alimentar” as novas colunas destinadas ao cinema nas revistas.

Debitárias do material ofertado gratuitamente pelas distribuidoras estrangeiras que aqui se fixaram a partir de 1915, tais colunas os organizaram dentro de premissas um pouco mais jornalísticas, estabelecendo um tom entre a resenha e a crônica para divulgação de

um cardápio cinematográfico agora essencialmente vindo dos Estados Unidos. (HEFFNER, 2012)

A Cinearte, porém, se diferencia na abordagem que dá ao tema. Além de publicar o material de divulgação, a revista apresenta crítica, questiona a legislação do setor, traz informações sobre o cinema internacional, apresenta seção para os leitores, funciona como fórum de debate sobre cinema nacional, reunindo opiniões e atividades de cineastas do país, antes sem contato, promove o papel educador do filme, discute a moralidade das fitas, faz campanhas em prol da cinematografia nacional e compartilha conhecimentos técnicos. Além, é claro, de publicar as fofocas a respeito das vidas dos astros e estrelas.

Assim, em março de 1926, o número 1 da revista traz a atriz norte-americana Norma Talmadge na capa “[...] que o Programa Serrador vai apresentar no novo Odeon” (CINEARTE, 3 de março de 1926, nº 1). (Figura 6)

Figura 6 - Capa primeira edição de Cinearte, 1926



Fonte: Cinearte, 3 de março de 1926. Capa. Hemeroteca Digital Brasileira.
Legenda: Capa da primeira edição da revista.

No verso há uma publicidade da Paramount Pictures, que ocupa toda a página, parabenizando a iniciativa de criação do veículo que vai “[...] pugnar pelo progresso

da Cinematografia no Brasil.” (Cinearte, 3 de março de 1926, nº 1, versocapa) A página três apresenta um conteúdo opinativo, próximo a um editorial. Os textos não são assinados.

Os editoriais da revista raramente são assinados, assim como a maior parte das matérias publicadas. [...] Dessa forma fica difícil determinar de quem, especificamente, eles refletem a opinião: Behring ou Gonzaga? [...] De qualquer forma, considera-se que esses editoriais expressam a visão não apenas dos seus diretores, mas de todo o grupo de Cinearte: Adhemar Gonzaga, Álvaro Rocha, Gilberto Souto, Ignácio Corseuil Filho, J.E. Montenegro Bentes, Lamartine S. Marinho, Mario Behring, Octavio Gabus Mendes, Paulo Wanderley, Pedro Lima, Pery Ribas, Sergio Barreto Filho e Hoche Ponte.⁵³ (LUCAS, 2005, p. 72)

O primeiro editorial, portanto, é uma apresentação da revista ao seu público, explicando que é um desmembramento da *Para Todos*, onde ocupava apenas uma seção. Relembra as lutas travadas em prol do cinema e a relevância de uma seção de crítica destinada ao “saneamento” (CINEARTE, 3 de março de 1926, nº1, p. 3) da programação oferecida ao público. Uma seção que foi mal recebida

[...] pelos que não enxergam, pelos que não compreendem o alto escopo que visamos, mantendo um estudo, algo severo às vezes, sobre o que nos oferecem importadores de filmes, agências das produtoras e por fim os exibidores. (CINEARTE, 3 de março de 1926, nº 1, p. 3)

O mesmo texto destaca as inovações no processo de impressão, que não tinha equivalente no país. Os autores se referiam aos novos equipamentos da Oficina Gráfica *O Malho*, de Pimenta de Melo, que possibilitavam “[...] impressão offset e reprodução, por rotogravura, de clichês triconômicos.” (GONZAGA, 1989 apud LUCAS, 2005, p. 69)

A página seguinte traz a seção “A tela em Revista”, que explica a ausência da cotação dos filmes na opinião. “Caiu de moda nos Estados Unidos.” (CINEARTE, 3 de março de 1926, ano I, nº1, p. 3) Mas os editores deixam em aberto para o público decidir se querem que a cotação volte.

Ainda nesta seção estão as opiniões sobre os filmes da Paramount e da Universal em cartaz no Rio de Janeiro e da Warner Bros em cartaz em São Paulo.

⁵³ Álvaro Rocha, Gilberto Souto, Lamartine S. Marinho, Paulo Wanderley e Pedro Lima, faziam parte do “Clube do Paredão”. (LUCAS, 2005, p. 62)

Após as opiniões, havia sugestões de “reclame” para as produtoras com dicas para atrair o público. Na seção “Um pouco de Técnica”, o texto de apresentação aborda a multiplicidade de aparelhos existentes no mercado à época, o que facilita o acesso àqueles que se interessam por cinema e explica que a seção visa trazer as novidades do setor ao conhecimento do público.

Dispondo como dispomos das melhores revistas do gênero, quer de variedades, quer técnicas, tudo quanto nelas encontrarmos de interessante e que possa servir aos amigos de Cinearte, iremos transferindo para estas páginas. (CINEARTE, 3 de março de 1926, ano I, nº I, p. 4)

A seção “Filmagem Brasileira” traz uma entrevista com o ator e assistente de direção J.S. Galvão, da APA Films de Campinas/São Paulo. Desde o início, a seção cumpre o papel de divulgar as atividades cinematográficas que acontecem no território brasileiro. Funcionando como uma central de trocas de informações sobre o setor, até então, bastante desarticulado. Quando perguntado sobre o que necessitava o cinema brasileiro, J.S. Galvão responde: “De capitalistas que organizem uma companhia, tendo à frente diretores convictos e sérios e que não almejem muitos lucros no princípio.” (CINEARTE, 3 de março de 1926, ano I, nº 1, p. 27)

O comentário contrasta com a matéria “Os Ordenados em Hollywood”, que traça um panorama dos salários dos principais atores, atrizes e diretores. A distância entre as duas realidades é percebida não apenas nos valores, onde se lê: “Cecil de Mille é um dos mais populares e queridos diretores do cinema [...] Talvez por isso seja o mais bem pago diretor: seus ganhos sobem à respeitável cifra de um milhão por ano [...]” (CINEARTE, 3 de março de 1926, ano I, nº1, p. 26) E fala de produções com custos que variam de 350 a 600 mil dólares.

A página sete traz notas sobre as produções internacionais, com comentários sobre filmes realizados na Alemanha, Espanha, Itália, França e Estados Unidos. Enquanto dos cinemas europeus havia apenas notas referentes a um filme por país, sobre a produção norte-americana, registram-se cinco notas.

Esta primeira edição de Cinearte também apresenta páginas inteiras com fotos de divulgação dos astros e estrelas, como Gloria Swanson, Viola Dana, Greta Nissen e John Barrymore. A seção “Questionário”, que é um canal de comunicação com o público da revista contém correspondências ainda enviadas para a antiga seção da

revista Para Todos. Registram-se leitores do Rio de Janeiro, Petrópolis, São Paulo e Curitiba.

A página 19, traz fotos de famosas atrizes de filmes de Hollywood em trajes de banho e poses de desportistas. O título é “As últimas banhistas” e a atriz Norma Shearer aparece em um salto de trampolim no instante do vôo. Essa fusão entre um traje, uma atitude e a representação fotográfica vai repercutir no comportamento das mulheres de distintas localidades do país e prenuncia uma tendência.

De um lado a ‘fan’ anônima segura Cinearte em suas mãos, moça do interior, ou habitante das cidades, freqüentadora assídua do cinema – cenário do exercício da fantasia garantida pelo ilusionismo da mitologia de Hollywood [...] Entre a ‘fan’ e a deusa, a revista é um elo de ligação, objeto que provoca o curto circuito da identificação entre o glamuroso e o comum, entre a cidadezinha perdida no interior do Brasil e Hollywood. (VIEIRA 1991 apud FERRARESI, 2007, p. 306)

Há ainda as páginas ocupadas com o material dos filmes em cartaz ou que serão lançados no mercado, com fotos e textos com o enredo da trama, num período em que estas informações ocupam um espaço considerável, por se tratar de filmes mudos. Na página 22, a matéria “Os que fazem rir”, fala dos sucessos das comédias. E o verso da contracapa traz uma ilustração do novo filme de Tom Mix pela Fox, que completa 22 anos. O logotipo da produtora apresenta as datas 1904-1922 e os dizeres: “Fox – 22 anos de Progresso.” (CINEARTE, 3 de março de 1926, ano I, nº 1, verso contracapa) (Figura 7)

Figura 7 Logotipo Fox, 1926



Fonte: Cinearte, 3 de março de 1926, ano I, nº 1, verso contracapa. Hemeroteca Digital Brasileira.
Legenda: Logotipo Fox - 22 anos de Progresso. A mensagem do cinema ligada a ideia de progresso.

Um ano após o lançamento, a revista Cinearte de número 45, de 5 de janeiro de 1927 (Figura 8) chega com um editorial, na página 3, mais opinativo em relação à legislação brasileira para o setor.

Figura 8 - Capa Cinearte, janeiro de 1927



Fonte: Cinearte de 5 de janeiro de 1927. Capa. Hemeroteca Digital Brasileira.

O texto é sobre a importação de filmes virgens para o Brasil e faz uma crítica aos abusos ocorridos na Exposição do Centenário⁵⁴ “[...] quando centenas e centenas de filmes europeus e americanos entraram no país sem pagar um vintém de direitos passando como filme virgem para uso da Comissão.” (CINEARTE, 5 de janeiro de 1927, ano II, nº 45, p. 3)

O autor posiciona a revista como contrária à cobrança de impostos de importação sobre produtos estrangeiros que não são produzidos no país, como no caso dos filmes virgens. Mas alerta que “[...] dai a aplaudir os abusos que se praticam à sombra das requisições oficiais vai um abismo.” (CINEARTE, 5 de janeiro de 1927, ano II, nº 45, p. 3) O assunto vem à tona devido ao pedido de isenção de impostos para aquisição de filmes virgens por parte de ministérios.

O editorial critica a infraestrutura das alfândegas que não possuem câmaras escuras para controlar o ingresso dos filmes, o que permite a entrada de cópias de “[...] produções destinadas a particulares que auferem por esse processo lucros que não são para desprezar, fraudando o fisco anualmente em centenas de contos de réis.” (CINEARTE, 5 de janeiro de 1927, ano II, nº 45, p. 3)

⁵⁴ Exposição do Centenário da Independência ocorrida no Rio de Janeiro, entre 07 de setembro de 1922 e 23 de março de 1923.

Uma segunda opinião aborda uma circular policial encaminhada aos proprietários de salas de exibição acerca da lei de proteção aos autores das peças musicais que acompanhavam a exibição dos filmes. Onde o autor afirma que a legislação sobre a propriedade literária e artística do país precisa de uma reforma. “O Código Civil sobre o assunto está atrasado de cem anos. Como hábito muito nosso de legislar a prestações nós vamos remendando o Código aqui e acolá, de sorte a reduzi-lo a um monte de retalhos.” (CINEARTE, 5 de janeiro de 1927, ano II, nº 45, p. 3)

A seção “Filmagem Brasileira”, na página quatro, traz uma entrevista com ator e diretor Jota Soares da Aurora-Film de Recife - Pernambuco. Ele havia regressado de Goiania - Goiás, onde filmara “Sangue de irmão” para a Goyanna-Film, “[...] uma modesta empresa que ali acaba de surgir.” (CINEARTE, 5 de janeiro de 1927, ano II, nº 45, p. 4) Soares esclarece que teve que dirigir e operar ao mesmo tempo, que a filmagem consumiu três semanas de trabalho e que o filme seria como “*Mustang*” da Universal.

Em seguida fala do filme “A Filha do Advogado” (Soares, 1926) e atribui o sucesso alcançado em Recife, a Gentil Roiz. Sobre as atividades da Aurora-Film, o ator/diretor diz estar animado e relata que a Aurora

[...] apesar de tudo tem sido a fábrica que com mais atividade tem trabalhado em prol de nossa Cinematografia. No anno passado lançamos “Retribuição”, “Jurando Vingár”, “Aitaré da Praia”, e o filmezinho “Um ato de humanidade” [...]. (CINEARTE, 5 de janeiro de 1927, ano II, nº 45, p. 4) (Figura 9)

Figura 9 – Filmagem Brasileira 1927



Fonte: *Cinearte*, 5 de janeiro de 1927, ano II, nº 45, p. 4. Hemeroteca Digital Brasileira.
 Legenda: Jota Soares durante a filmagem de "A filha do advogado".

Soares comenta que “A Filha do Advogado” estava em exibição em Pernambuco, Bahia e Sergipe e que as conquistas ocorreram mesmo com uma estrutura bastante rudimentar. Situação que deveria melhorar porque “[...] estão em vias de embarcar para Pernambuco, a nova máquina e refletores que encaminhamos na Alemanha.” (CINEARTE, 5 de janeiro de 1927, ano II, nº 45, p. 33) E demonstra otimismo com relação às atividades ao afirmar: “Estamos vencendo e para ser completa a nossa vitória só precisamos organizar linhas de exibição [...] Conseguindo isto, está conseguido tudo.” (CINEARTE, 5 de janeiro de 1927, ano II, nº 45, p. 4)

A edição traz ainda notas sobre filmagens no Brasil e no exterior, onde consta que foi fundada em São Paulo a Vitória-Film e que o filme da Universal “Love me and the world is mine” (1927), dirigido por E.A. Dupont, (mesmo diretor de *Varieté*, 1925) será estreado em Berlim, e que esta é primeira vez que um filme americano estreia no exterior. Na seção “Cinemas e Cinematographistas” há nota sobre a chegada de representantes da Metro-Goldwyn-Mayer no Rio, encarregados da apresentação dos filmes da MGM e da First National nos cinemas Rialto e Cassino que passavam por reformas.

Também traz texto sobre a quantidade de lugares nos cinemas da Broadway. A página é ocupada com três fotos de representantes de agências dos Estados Unidos da América no Brasil. As legendas dizem “Lagoeiro e seus auxiliares, na agencia da Paramount em Belo Horizonte” e “Arnaldo Costa, gerente da agencia da Fox, em Juiz de Fora, e seus auxiliares.” (CINEARTE, 5 de janeiro de 1927, ano II, nº 45, p. 30) (Figura 10)

Figura 10 - Representantes das agências norte-americanas no Brasil



Fonte: Cinearte, 5 de janeiro de 1927, ano II, nº 45, p. 30. Hemeroteca Digital Brasileira.
Legenda: Agência Paramount em Belo Horizonte; Agência Fox em Juiz de Fora.

A seção “Um pouco de Técnica” trata das distorções em projeções em telas gigantes. E a seção ‘A Tela em Revista’ volta a apresentar as cotações dos filmes, que variam de 0 a 10. Dos dez filmes comentados em cartaz, 9 são norte-americanos e um francês.

A edição publica, ainda, material de divulgação de mais de 10 filmes, todos dos Estados Unidos da América, além de publicidade das agências do país e fotos dos seus principais atores. A página 33 apresenta o slogan da campanha de Cinearte de incentivo ao cinema nacional que diz: “Todo o filme brasileiro deve ser visto com atenção.” (CINEARTE, 5 de janeiro de 1927, ano II, nº 45, p. 33)

2.2 O CINEMA ATÉ SEGUNDA METADE DOS ANOS 20 DO SÉCULO XX

A história do cinema, em distintos territórios do mundo Ocidental, se entrecruza, se aproxima e se afasta em uma trajetória de algumas semelhanças e inúmeras particularidades. O período do cinema mudo, porém, possui como característica a abertura de possibilidades, pelo fato de transpor as barreiras estabelecidas pelos distintos idiomas.

Em um momento marcado pela consolidação das nações, por uma modernidade que se impõe, pela formação de identidades nacionais, e redefinições territoriais, o cinema nasce e se desenvolve como indústria, meio de expressão, comércio e entretenimento. As datas dos nascimentos são próximas. Mas os rumos para a maturidade, ou não, são permeados pelas ideologias predominantes, contextos históricos, passados específicos e culturas variadas. Para acompanhar o que ocorre até o som imprimir a sua marca nas películas, é interessante conhecer os caminhos trilhados pelos países que são protagonistas no desenvolvimento do presente estudo.

2.2.1 Brasil

A história das primeiras exibições cinematográficas no Brasil, bem como das primeiras filmagens realizadas, é um processo em andamento. Com as pesquisas que se desenvolvem sobre o tema, em diferentes disciplinas, a cada ano novos dados são levantados colaborando na construção de uma narrativa.

No entanto, informações constantes em distintos trabalhos sobre o assunto, ajudam a criar um consenso em torno de algumas datas e fatos. Assim, as primeiras exibições ao público - em uma tela - de imagens em movimento, ocorreram no Rio de Janeiro, Capital da República, em 1896. Estas imagens proviriam do aparelho chamado omniographo, e a sua utilização foi noticiada em jornal à época.

Como nos informa uma notícia do *Jornal do Comércio*, o omniographo é 'mais desenvolvido do que o Kinetoscópio, do qual é uma ampliação, que tem a vantagem de oferecer a visão, não só a um espectador, mas a centenas de espectadores'. E acrescentava: "[...] cremos ser este o mesmo aparelho a que se dá o nome de cinematographo". (SIMIS, 1996, p.18)

A apresentação ocorreu no dia 8 de julho de 1896, na rua do Ouvidor, número 57. Anteriormente, já teriam ocorrido apresentações de imagens em movimento, porém de forma individual, com o Kinetoscópio, aparelho inventado por Thomas Edison, que chega ao Brasil pelas mãos de Frederico Finger, tcheco, naturalizado americano e, posteriormente brasileiro, um dos pioneiros na divulgação do fonógrafo no país e nas tentativas de unir som e imagem. No início de 1894, Finger está em Chicago onde entra em contato com o kinetoscópio de Edison, de quem já era representante dos fonógrafos e

[...] compra, segundo sua própria narração, “seis kinetoscópios e uns fonógrafos. Aluguei metade da loja 116, hoje 164 da Rua do Ouvidor e os preparei para serem expostos ao público”. Isto se deu em dezembro de 1894. (COSTA, 2006, p. 24)

No ano anterior, ocorreu, na cidade norte-americana, a *World's Columbian Exposition* (de maio a outubro)⁵⁵. No período, as exposições universais funcionavam como templos de trocas e divulgação das novidades tecnológicas em distintas áreas, como a do entretenimento. Na *World's Columbian Exposition*, de Chicago, em 1893, os locais de entretenimento

[...] tornaram-se umas das mais bem sucedidas áreas de lazer dentre as feiras internacionais e estabeleceram um novo padrão para o entretenimento de massa, que logo passou a ser aplicado em parques como o Coney Island. (BADGER, 1990 apud MORETTIN, 2011, p. 232)

A intenção de Edison era começar a comercialização do Kinetoscópio no evento, porém, à época, não dispunha de aparelhos suficientes para atender à provável demanda. Tendo anunciado a descoberta em 1892, ao longo do ano seguinte se dedicou à produção dos aparelhos e,

[...] a fim de antecipar a demanda pelos produtos, construiu um estúdio, que entrou para a história como o Black Maria, finalizado em maio de 1893. Porém os aparelhos não estavam prontos para serem produzidos em larga escala. As primeiras 25 máquinas ficaram prontas apenas em março de 1894. (MORETTIN, 2011, p. 233)

⁵⁵ As exposições universais cumprem um papel importante na divulgação das novas tecnologias ao redor do mundo ocidental. O papel das exposições na divulgação do cinema é trabalhado no artigo de Morettin (2011).

Os registros também apontam para uma variedade de aparelhos, com nomes distintos, que apresentavam imagens em movimento, como Mutoscópio e Vitascópio.

Em 1896 a situação mundial do cinematógrafo Lumière era mais ou menos assim: o aparelho já tinha sido apresentado em Paris, Lyon, Bourdeus, Londres, Berlim, Viena, Madri, Lisboa, Nova Iorque, Moscou, Bruxelas e Belgrado. No mesmo período surgiram outros aparelhos rivais, porém de menor eficiência, como o Bioscópio de William Paul, patenteado na Inglaterra; o Ekinetographo, de Charles Pathé, lançado na França; o Vitascópio de Edison, exibido em Nova Iorque; o Electrographo, de Oskar Messter, inventado na Alemanha. (ARAÚJO, 1986, p. 6)

Em se tratando de imagens apresentadas em uma tela, para uma plateia múltipla, em uma sala fixa, o nome gira em torno de Paschoal Segreto que, com José Roberto Cunha Salles, inaugura o Salão de Novidades, na rua do Ouvidor, centro comercial do Rio de Janeiro - antes da construção da Avenida Central. Segreto era um imigrante italiano ligado a outras atividades de entretenimento à época. E no Salão de Novidades os filmes rivalizavam com outras atrações.

Em São Paulo⁵⁶, o Salão New York, foi aberto em 1899, pelo exibidor ambulante Vittorio di Maio, com um aparelho Edson e um repertório restrito de filmes. No ano seguinte ele abre o Salão Paris em São Paulo “[...] posto que, segundo Vicente de Paula Araújo, teria trocado seu projetor Edison por um Lumière.” (SOUZA, 2001, p. 7)

Neste primeiro período, a dificuldade em ampliar os estoques de filmes era outro fator que atravancava a consagração do cinema junto ao público, mais adepto das apresentações de teatro-revista, cafés-concerto e variedades. As apresentações dos ambulantes que se utilizavam dos teatros existentes nas cidades onde iam, recebiam críticas na imprensa pela má qualidade da imagem e a má sincronização do som. Isto porque as apresentações eram acompanhadas de sons produzidos pelos fonógrafos ou outros equipamentos.

⁵⁶ Sobre as particularidades dos primórdios do cinema em São Paulo e o papel do surgimento de um operariado urbano, basicamente constituído de imigrantes, a maioria italianos, ver Galvão (1975). No livro, a autora relata a formação de companhias teatrais italianas, que viriam a atuar no cinema, a consciência política presente em algumas agremiações e o cinema como divertimento popular acessível à uma classe operária que se formava.

Essa mobilidade na exibição dos aparelhos e repertórios permite que a novidade seja conhecida em diferentes localidades do território brasileiro⁵⁷. O francês radicado em São Paulo, Georges Renouveau, apresenta o cinematógrafo em São Paulo em agosto de 1896, e em novembro do mesmo ano, o jornal *Correio do Povo* de Porto Alegre noticia a presença do francês, com “modernos equipamentos de cinematografia” (ARAÚJO, 1986, p. 7), na capital gaúcha.

As justificativas para a demora na consolidação do cinema como espetáculo principal são distintas. Entre elas, o incipiente fornecimento de luz elétrica, a crise do governo Campos Salles (1898-1902), a dependência do transporte de equipamentos via linhas férreas existentes, a cobrança de taxas municipais e estaduais para espetáculos públicos e o valor cobrado pelos ingressos, ainda vinculados ao teatro, antes da proliferação das salas fixas.

Talvez todos os fatores juntos apontem para uma resposta. Mas ao analisar cada uma das possibilidades levantadas, Souza conclui que:

Pensando-se menos em economia e mais na sociedade urbana, o que vemos é a pouca atenção dada ao fator democratizante do espetáculo cinematográfico. Se os teatros estavam divididos em cinco ou sete categorias, do “poleiro” em geral a um mil-réis, ao camarote nobre, cujos preços multiplicavam-se de trinta a cem vezes, dependendo da atração principal, o cinema tinha apenas dois tipos de espectadores: o adulto e a criança. O elitismo do teatro seria suplantado pelo espetáculo de massa. A barreira mais séria certamente se encontrava no acesso à mercadoria. Ao filme. (SOUZA, 2001, p. 3)

O teatro de revista absorve as exhibições de cinema, que se caracterizavam pela circulação dos ambulantes e a integração a outros espetáculos. Assim, “[...] foi com o

⁵⁷ Nos últimos anos, novos estudos relatam os primórdios do cinema em distintas cidades do país. Em Belém, há a dissertação de Eva Dayna Felix Carneiro, “Belém entre filmes e fitas: a experiência do cinema, do cotidiano das salas às representações sociais nos anos de 1920. Dissertação (Mestrado) – Universidade federal do Pará Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-graduação em História, Belém, 2011. Em Fortaleza, Márcio Inácio da Silva, “Nas telas da cidade: salas de cinema e vida urbana na Fortaleza dos anos de 1920”. Dissertação (Mestrado) em História Social. Universidade Federal do Ceará. Departamento de História, Fortaleza, 2007. Em Porto Alegre, a obra “O cinema em Porto Alegre (1896 – 1920)” de Fábio Augusto Steyer. Em São Luís, ver Matos, Fábio Belo Matos. “Ecos da modernidade: uma análise do discurso sobre o cinema ambulante em São Luís”. Tese (Doutorado em Linguística e Língua Portuguesa) Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências e Letras, Campus de Araraquara. Araraquara, 2010. Em Recife e Pernambuco, o artigo de Luciana Corrêa de Araújo, “Tensões, idealizações e ambiguidades: as relações entre campo e cidade no cinema em Pernambuco nos anos 1920” In: *Imagofagia – Revista de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual*. Disponível em: <http://www.asaeca.org/imagofagia/sitio/index.php?option=com_content&view=article&id=349&Itemid=161>.

café-concerto ou com locais onde a consumação de bebidas e comidas casavam-se com as projeções, que o cinema dos primórdios encontrou uma combinação frutuosa.” (SOUZA, 2001, p. 9)

Essa combinação continua nos primeiros anos do século XX. E sobre um antes e um depois da predominância das salas exclusivamente destinadas à exibição de filmes, Souza esclarece:

No momento anterior, o cinema serviu para incrementar espaços e espetáculos já estabelecidos (teatros, cafés-concerto, espetáculos de vaudeville e etc). No momento seguinte ele funcionou como indutor de novos negócios. A passagem foi feita por Francisco Serrador. (SOUZA, 2001, p. 11)

Francisco Serrador era espanhol e começa suas atividades em Curitiba, no Paraná. Como exibidor ambulante viaja a São Paulo e exhibe seu repertório nos teatros disponíveis. Seu estoque de filmes inéditos, garante público às suas exibições. Ele comprava as fitas de representantes das companhias europeias que as vendiam isoladamente ou de “[...] negociantes que compravam os direitos de exibição dos filmes para a América do Sul”. (GALVÃO, 1975, p. 36).

Em novembro de 1907, Serrador abre o Bijou-Theater na cidade de São Paulo. Em uma trajetória que culminaria com a criação da Companhia Cinematográfica Brasileira, em 1911, e o controle da exibição em São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais, além de dispor de agências no Sul e no Nordeste do país.

A experiência do período de 1896-1907, embora lacunar, aponta para o fato de que a chave do sucesso estava na distribuição de filmes. E Francisco Serrador foi o primeiro a compreender e a trilhar com vigor por esse caminho. (SOUZA, 2001, p. 13)

O panorama geral, desses primeiros anos é bem resumido por Simis (1996) quando diz:

De 1897 a 1907, temos uma fase de introdução e apresentação da invenção cinematográfica. Não há um mercado estabilizado. A exibição é ambulante e a produção nacional de filmes é esporádica: 151 filmes curtos produzidos em 10 anos. (SIMIS, 1996, p. 69)

A partir de 1907, um novo mercado se configura. As salas fixas de cinema proliferam e passam a compor os cenários urbanos do Brasil. Em números que, no Rio de Janeiro, vão de 36 salas em funcionamento em 1907 a 80 em 1919 (LUCAS, 2005, p. 45). Em uma época que se caracteriza pelo vínculo existente entre importadores de fitas, exibidores/proprietários de salas, e produtores de filmes, quando a importação ainda não suprime a produção nacional, realizada, em muitos casos, pelos proprietários das salas, que também importavam as fitas. Assim, “[...] entre 1908 e 1913 [...] a produção nacional de filmes alcança a soma considerável de 963 títulos.” (SIMIS, 1996, p. 71)⁵⁸

Entre os cinemas inaugurados nessa época, três se destacam: o Grande Cinematógrafo Rio Branco, o Cinematógrafo Pathé e o Cinema Palace. O primeiro, de Cristóvão Guilherme Auler, antigo fabricante de móveis, logo se dedica também à filmagem, da qual se encarrega o fotógrafo Júlio Ferrez. Esse mesmo Júlio cinegrafa também para o Cinematógrafo Pathé, de seu pai, Marc Ferrez⁵⁹ e Arnaldo Gomes de Souza. O Cinema Palace, na rua do Ouvidor, resultou da sociedade de José Labanca⁶⁰, dono de uma banca de jornais e bilhetes de loteria, com o fotógrafo da revista *O Malho*, Antônio Leal. (SOUZA, 2007, p. 23)

Até o advento da I Guerra Mundial, o incipiente mercado cinematográfico brasileiro apresenta um certo equilíbrio entre a produção, basicamente artesanal nacional, e a importação de filmes originários, em sua maioria, de países europeus como França, Itália, Alemanha, Suécia e Dinamarca. Mas os filmes realizados nos Estados Unidos da América começam a estabelecer seu espaço ainda em 1911, quando “[...] alguns cinemas já anunciam a exibição exclusiva de filmes americanos da Vitagraph.” (SOUZA, 2007, p. 25)

⁵⁸ Sobre a recepção dos filmes nacionais pelo público Simis esclarece que os mesmos eram bem recebidos, em parte pelo fato de o público ainda estar se adaptando ao novo meio, sem fazer grandes comparações entre os importados e os locais, em termos de qualidade técnica. “Entre os filmes de grande sucesso, temos “Os estranguladores” (1908), que alcançou mais de 800 exibições em dois meses, e “Paz e Amor” (1910), exibido mais de 900 vezes.” (SIMIS, 1996, p. 71)

⁵⁹ A trajetória relevante de Ferrez & Filhos está descrita no artigo de Julio Lucchesi Moraes (2010).

⁶⁰ Como visto anteriormente, a relação de Giuseppe Labanca com *O Malho* passa pelo contato com João Carlos de Oliveira Rosário, padrinho de Adhemar Gonzaga, que possui a concessão da exploração da loteria no Rio de Janeiro ligada a Companhia Nacional de Loterias do Brasil. Rosário imprimia os bilhetes de loteria na Gráfica Pimenta de Mello, da Sociedade Anônima O Malho, que passará a editar a revista Cienarte. João Carlos participa do financiamento do estúdio cinematográfico criado por Labanca em 1910. Em 1915, Antônio Leal constrói um estúdio na cidade. (SIMIS, 1996, p. 71)

A partir de 1914 observa-se um declínio na produção nacional de filmes, em uma relação com as dificuldades de importação de películas virgens devido ao estado de guerra, ao mesmo tempo que uma contenção na expansão do número de salas, uma vez que a importação de filmes novos para abastecer o mercado também se onerara. Na capital federal, mesmo diante dos custos mais elevados, o número de salas inauguradas é superior às que se fecham. Porém, os novos espaços muitas vezes permanecem em atividade por um curto período. (LUCAS, 2005, p. 45)

O momento é de redefinições. Mas os Estados Unidos da América não perdem tempo em expandir seus mercados, com a chegada de distribuidores no Brasil, como a Fox em 1915 e a Companhia Pelliculas D'Luxo da América do Sul Ltda, em 1916. (SIMIS, 1996, p. 75)

Durante e logo após a guerra, o que se vê no Brasil em matéria de cinema é, geralmente, o rebotalho do que se faz no estrangeiro na época, ou só filmes produzidos muito tempo antes. Esta situação só se modifica sensivelmente nos começos da década de 20. (GALVÃO, 1975, p. 37)

Logo em seguida à I Guerra Mundial, a presença direta dos representantes das agências norte-americanas para distribuição dos seus produtos no Brasil é uma realidade. Os valores pagos aos intermediários já não se justificam e a medida faz parte de uma política de ação expansionista dos Estados Unidos da América para o setor. Mas as agências estrangeiras não se limitam a distribuir os filmes das companhias que representam. Suas ações atingem também a distribuição dos produtos europeus, uma vez que elas

[...] compravam os direitos de distribuição para a América do Sul de muitos filmes europeus. Tinham uma espécie de convênio com países europeus que lhes garantia a exibição de seus filmes nestes países em troca da compra de filmes produzidos na Europa. [...] as companhias americanas faziam concorrência mesmo aos importadores diretos e distribuidores de filmes europeus no Brasil. (GALVÃO, 1975, p. 38)

Os anos 20 começam, assim, com o domínio decisivo dos EUA sobre o mercado distribuidor cinematográfico brasileiro. Em uma supremacia complexa que nem sempre garantia o acesso do público aos lançamentos mundiais. Em muitos

casos, os filmes que chegavam às salas não condiziam com o que havia de novo no mercado internacional.

As agências regionais, localizadas nas principais cidades do país,

[...] distribuía seus filmes diretamente aos exibidores. Mas quando havia grandes exibidores, cujo volume de negócios com as agências era muito grande, logo se estabelecia um segundo intermediário na distribuição de filmes: eram os grandes exibidores, donos dos cinemas lançadores, que sublocavam os filmes, depois de lançados nos cinemas centrais, a uma série de pequenos exibidores dos bairros e do interior. (GALVÃO, 1975, p. 39)

A antiga aliança existente entre o produtor e o exibidor é substituída pela relação entre exibidor e distribuidor, dificultando, ainda mais, o acesso das produções nacionais às telas. E as fitas, que até então eram compradas pelos exibidores, neste momento passam a ser alugadas.

O cinema como opção de entretenimento está consolidado como atração principal e o cinematógrafo recebe um capítulo específico no regulamento de casas de diversões públicas aprovado em 1924. (SIMIS, 1996, p. 77) As salas de cinema dos pontos centrais dos centros urbanos também passam por reformulações que ampliam o ato de ir assistir a um filme a uma experiência que inclui frequentar uma sala de cinema em que “[...] o luxo e a suntuosidade dos ambientes criaram o ritual que antecede a apresentação do espetáculo cinematográfico, reforçando o clima de sedução [...]” (SIMIS, 1996, p. 77)

Os preços das entradas acompanham estas remodelações ligadas a um culto ao cinema. Em uma configuração que se mostra mais excludente do que democratizante nos pontos centrais das capitais, tendo como parâmetro a capital federal. No Rio de Janeiro, os preços dos ingressos na metade da década de 20 variavam de 1\$000 a 15\$000 réis na área central, que concentrava 39,47% das salas. Em janeiro de 1929, nota na seção “De São Paulo”, assinada por Otávio Mendes, é reveladora acerca dos preços praticados no período analisado. O texto é sobre a decisão de Francisco Serrador baixar o valor dos ingressos.

Eu sabia que o Serrador não prosseguiria naqueles tremendos 4\$000 e 5\$000 nos preços das entradas. [...] Se continuar então, será por certo o Super Cinema de todos, porque além de fazer com que os concorrentes não elevem os seus preços, também obtém ótimos lucros e magnífica clientela. (CINEARTE, 2 de janeiro de 1929, ano IV, nº 149, p. 16)

Ao falar do cinema Alhambra, Mendes também reclama dos preços.

Por falar nisso, aqui vai uma reclamaçãozinha contra o Alhambra. Muito a propósito! 4\$000 para exibir “O Galante Conquistador” de Ramon⁶¹? Francamente [...] Mas pensem. Reflitam. A 3\$000 vocês chamam gente. Porque o cinema é cômodo, lindo, agradável. Mas 4\$000? [...] Ora. Todos esperam que se exhiba o filme na sala Azul, do Odeon, a 2\$000 [...] (CINEARTE, 2 de janeiro de 1929, ano IV, nº 149, p. 16)

Em 1926, os salários médios “[...] da Companhia Cervejaria Brahma variam, entre trabalhadores das máquinas (580\$000), mestres de ofício (700\$000), biólogo (1:100\$000) e gerente (2:500\$000).” (LOBO, 1992, p. 94-95 apud LUCAS, 2005, p. 49) A solução, para os assalariados é frequentar as salas existentes nos bairros periféricos das cidades.

Com relação à produção de filmes, a atividade nacional se concentra na realização de cavações, atualidades e documentários. Em São Paulo, as filmagens giram em torno do nome de Gilberto Rossi⁶² que forma parcerias e cria a Rossi Films com o descendente de espanhóis, Gil Vicente. Eles estabelecem relação com o então governador da capital paulista (e futuro presidente da República) Washington Luís, que subvenciona o jornal cinematográfico Rossi Actualidades. Em uma relação que representa uma possibilidade de sobrevivência para os profissionais do setor à época.

Lutando pela subsistência, e muitas vezes digladiando-se entre si, esses nossos homens do cinema tinham poucos escrúpulos quanto a forma de arranjar dinheiro [...] filmar por este interior afora [...] significava vender ao Governo do estado os filmes que já haviam sido pagos pelos fazendeiros [...] ou filmar estradas que servissem para aumentar o crédito dos governadores que as haviam construído. E também significava receber o dinheiro das encomendas, rodar a máquina sem filme e sair correndo da cidade antes que o logrado percebesse a tapeação. (GALVÃO, 1975, p. 52)

Afora os aspectos de aventura que a manutenção de uma cinematografia nacional possa apresentar, os filmes de cavação, realizados pelos profissionais que persistiam na atividade, foram fundamentais para a viabilidade dos filmes de enredo

⁶² Gilberto Rossi foi um imigrante italiano, cinegrafista, que chega a São Paulo em 1911. É um dos mais ativos profissionais do cinema brasileiro do período.

que surgiram no período. Isto porque eram essas firmas e equipes que mantinham a precária infraestrutura existente em funcionamento. Entre 1920 e 1925, foram produzidos 587 filmes entre curta-metragem, média-metragem, longa-metragem de não ficção. No mesmo período, foram realizados 87 filmes de enredo, em sua maioria de curta-metragem.⁶³

No período, são registradas produções em distintas localidades do país, em um movimento que virá a ser chamado de “Ciclos Regionais”. São filmes feitos em Porto Alegre, Pelotas, Campinas, Pouso Alegre, Cataguazes, Recife, Belo Horizonte, João Pessoa, Manaus e Curitiba. Porém foram surtos que “[...] não conseguiram prosperar, produzindo pouco mais de dois filmes.” (SIMIS, 1996, p. 86)

Além das dificuldades encontradas para a produção destes filmes de enredo, uma vez prontos, o desafio era conseguir o acesso às salas de exibição. Quando a barreira era vencida, os produtores nacionais tinham que aceitar condições de rendimentos inferiores aos destinados aos filmes estrangeiros. Além de ter que esperar por um período às vezes superior ao tempo de realização do filme.

Num mercado dominado pelo filme estrangeiro, com o qual os nossos filmezinhas não tinham a mínima chance de poder concorrer, o cinema nacional era necessariamente relegado a uma posição de marginalidade. Desenvolvia-se por baixo da terra, não conseguia subir à superfície e penetrar na rede normal de exibição dos filmes estrangeiros. Era um cinema sem sentido, na medida que não atingia o público de cinema. (GALVÃO, 1975, p. 49)

Essa situação desfavorável à existência de uma cinematografia nacional passava também por fatores que excediam a dominação do mercado exibidor pelos filmes estrangeiros. Relacionava-se a ausência de uma política do Estado voltada para o setor cultural e chegava na própria desarticulação dos profissionais da área enquanto categoria organizada em torno de objetivos comuns.

Se, como veremos mais adiante, houve uma campanha por parte das revistas em prol de uma cinematografia nacional, o próprio discurso desta proposta ia no sentido contrário da realidade do setor. Os filmes de cavação, as escolas de cinema criadas para manter, de forma precária, o cinema em discussão, e os filmes feitos de

⁶³ O cálculo foi obtido a partir dos dados contidos na Tabela I da obra de Anita Simis, *Estado e Cinema no Brasil*, p. 302. Para se chegar aos números descritos, somou-se os filmes de não ficção - retirados os não especificados, e os filmes de ficção listados na tabela.

forma artesanal eram duramente criticados. O que se defendia era a “criação” de uma indústria do cinema nos moldes de Hollywood, com a atração de capitalistas interessados em investir no setor, leis protecionistas e importação de técnicos capacitados. Como percebe Maria Rita Eliezer Galvão, diante da realidade de São Paulo.

Em lugar de numerosos filmezinhas de péssima qualidade que se faziam em São Paulo, melhor seria que se fizessem poucos, mas bons filmes, que reconciliariam o público e os exibidores com o cinema nacional, poderiam ser exportados sem nos envergonhar perante o mundo (sic), e abririam caminho para um futuro aumento de produção. Esperava-se que da qualidade surgisse a quantidade, e não vice-versa. (GALVÃO, 1975, p. 56)

Em meio a esta realidade do cinema no país, é somente a partir de 1930 que o Estado passa a interferir de forma mais efetiva no cinema. Isso se deve a uma percepção do potencial do meio cinematográfico como veículo capaz de auxiliar na construção de uma identidade nacional “imprescindível ao desenvolvimento industrial e à constituição de um mercado.” (SIMIS, 1996, p. 92)

Em 1932 foi instaurado o decreto 21.240 que estabelecia normas relativas a distribuição, produção, importação e exibição dos filmes, e o cinema deixa de ser regulado apenas pelas leis do mercado.

2.2.2 Europa

Há um ponto de convergência nas distintas histórias relativas ao desenvolvimento do cinema nos países europeus. Nos primórdios dessa trajetória, descobertas e inovações surgem ao mesmo tempo. Mas o ano de 1894 parece ser uma data a ser assinalada.

Como exposto anteriormente, Thomas Edison pretendia apresentar seu invento, o Kinetoscópio, na exposição universal de Chicago, *World's Columbian Exposition*. Mas a comercialização só foi possível a partir de 1894.

O francês Louis Lumière teria registrado, em documento sobre o cinematógrafo, que o aparelho, criado por ele e seu irmão Auguste, foi apresentado na França por volta de 1893. E que a criação do cinematógrafo tinha como ponto de partida os Kinetoscópios de Edison provenientes dos EUA, instalados na França nesse ano.

O historiador Georges Sadoul, porém, propõe uma correção nas datas em sua obra “História do cinema mundial – das origens aos nossos dias”, partindo de pesquisas feitas em revistas científicas e publicações francesas do período. “Os kinetoscópios foram apresentados ao público francês não em 1893 mas sim em setembro de 1894. Tinham sido exibidos pela primeira vez nos Estados Unidos em 14 de abril de 1894.” (SADOUL, 1983, v. 1, p. 29)

A data convencionalmente aceita para o surgimento do cinema é 28 de dezembro de 1895, no Grand Café, no Boulevard des Capucines, em Paris, em uma apresentação pública exitosa do cinematógrafo Lumière. Mas, durante o mesmo ano, “multiplicaram-se as primeiras ‘representações’ de cinema. Quase sempre aqueles que as realizavam se ignoravam uns aos outros, o que depois provocou intermináveis controvérsias sobre a invenção do cinema.” (SADOUL, 1983, v. 1, p. 41) Em 1896 já haviam sido registradas distintas máquinas em diferentes países como França, Estados Unidos e Grã-Bretanha. Mas há um consenso em relação à superioridade técnica do equipamento dos Lumière.

Os Lumière eram proprietários de uma fábrica de equipamentos fotográficos em Lyon, e o contato de Louis Lumière com o meio era, portanto, anterior ao invento do cinematógrafo. Ele era fotógrafo e tinha domínio técnico para, já em 1895, realizar seus primeiros filmes.

Seus temas giravam em torno da vida familiar e as atividades na fábrica do pai sendo um pioneiro do filme de atualidades. O realismo caracteriza seu trabalho, onde o cinema não encontra a tradição do teatro. Após o êxito na apresentação do cinematógrafo em Paris, contrata operadores e cria uma escola de formação destes profissionais que, além de filmar, revelavam e projetavam os filmes. “Os operadores de Lumière criaram as atualidades, o documentário, a reportagem e efetuaram as primeiras montagens de filmes.” (SADOUL, 1983, v.1, p. 52) Estes profissionais eram enviados em viagens para fazer filmes a serem exibidos.

Em poucos anos, a Sociedade Lumière abandona a produção de filmes para se dedicar à venda de equipamentos e a venda das cópias das fitas já realizadas. Os operadores demitidos vão levar seus conhecimentos adquiridos a outras companhias e países. Mas o realismo apresentado nas imagens, que despertara o interesse do público, se esgota como novidade e as salas começam a ficar vazias. “A burguesia abandonara as salas que o povo ainda não frequentava.” (SADOUL, 1983, v. 1, p. 66)

A saída foi aproximar o cinema da ficção, passando pela experiência do teatro. George Méliès fará esta ligação de modo a marcar a cinematografia mundial. Antes dele, outros profissionais já produziam filmes ficcionais, mas o diferencial de Méliès “[...] residiu em empregar sistematicamente no cinema a maior parte dos meios do teatro: argumento, atores, trajes, caracterização, cenários, maquinaria, divisão em cenas ou em atos e etc.” (SADOUL, 1983, v. 1, p. 58) A obra de Méliès viaja o mundo e inspira outros profissionais.

O novo século chega com desafios à novidade que é o cinema. Os temas se repetiam e as plateias que frequentavam as salas davam sinais de desinteresse. O incêndio ocorrido durante uma exibição no Bazar de la Charité em Paris, em 1897, produz uma desconfiança que se espalha além da Europa, em relação a segurança do novo entretenimento.

O espetáculo cinematográfico fica predominantemente itinerante a ser visto nas feiras de atrações, onde está a possibilidade de lucros. E é para feirantes que Méliès mostra o seu filme “Viagem a Lua” (Le Voyage dans la Lune - 1902) - o que viria a se tornar um clássico. Ele acaba por emprestar a fita ao dono de uma barraca e obtém um sucesso que logo lhe traz inúmeras encomendas.

A façanha alcançada por “Viagem a Lua” ultrapassa as fronteiras e cruza o Atlântico, atingindo um número de espectadores bem maior do que o número de cópias vendidas por seu autor poderia alcançar. Na época,

[...] a propriedade artística era pouco respeitada nos Estados Unidos. Edison, a Biograph, a Vitagraph, e Lubin fizeram contratipos de “Viagem à Lua” e vendiam às dezenas as contrafacções de uma obra cuja a realização nada lhes custara. (SADOUL, 1983, v. 1, p. 65)

A solução encontrada por Méliès foi abrir uma sucursal em Nova Iorque para controle dos direitos autorais sobre as suas obras.

Em paralelo às atividades da Lumière e de Méliès, na França, uma futura potência mundial do setor se formava. A Pathé. Criada por Charles Pathé que, como outros pioneiros, entra em contato com a atividade através do Kinetospio de Edison, em 1903 a Pathé consolida o caráter industrial do setor. Em 1898, Charles Pathé, que anteriormente comercializava fonógrafos, estabelece sociedade com o grupo Neyret, formado por representantes das altas finanças e da indústria do país.

Para a condução das produções é contratado ator diretor, produtor e roteirista Ferdinand Zecca. Na sequência é construído um estúdio, e em 1908 é lançado o Pathé Journal, primeiro jornal cinematográfico. A venda de 20 cópias de um filme amortizava a sua produção. “Todos os anos, antes do fim de janeiro, a venda corrente das cópias tinha já coberto o custo da produção do ano inteiro. [...] cada nota de 1000 francos aplicada na produção rendia dez num só ano.” (SADOUL, 1983, v. 1, p. 83)

Em 1907 as atividades da Pathé atingiam os cinco continentes com agências nas principais capitais mundiais. “Ainda em 1908 a quantidade de película vendida por Pathé nos Estados Unidos ultrapassou o dobro da venda total dos grandes produtores americanos todos juntos.” (SADOUL, 1983, v. 1, p. 84) É desta época a ação que ficou conhecida como o “golpe de estado”.

Até então a expansão das empresas fora, principalmente horizontal: a grande mancha de óleo que partia de Vincennes fora cobrindo, pouco a pouco, toda a Terra. Charles Pathé orientou em seguida seus melhores esforços pra a expansão vertical. Queria possuir tudo, desde o fabrico da película virgem e de máquinas até às salas e barracas onde eram exibidos os filmes. (SADOUL, 1983, v. 1, p. 84)

Além do domínio material do setor, a Pathé se expande também à área da propriedade criativa. Os filmes exigiam argumentos mais elaborados e a Pathé garante o monopólio sobre a maior parte do repertório literário francês com a criação da “Société Cinématographique des Auteurs et gens de Lettres”.

Apesar da supremacia apresentada pela Pathé na França, a Gaumont desempenha um papel relevante no cinema internacional. Atuando na venda de equipamentos, a partir de 1905 entra com força na produção de filmes. Outra empresa que se destaca no cenário francês é a Eclair.

A Grã-Bretanha conta, desde os primeiros passos do cinema, com a contribuição de Robert William Paul que desenvolve câmeras de filmagem e que antes do novo século, já havia construído um estúdio de filmagens. Charles Urban, um imigrante dos EUA, também se destaca na produção de filmes no período. Em Brighton, os fotógrafos James Williamson e George Albert Smith se dedicam às atualidades e dão início a um estilo que vai marcar a cinematografia britânica: o documentário. Eles priorizam as cenas ao ar livre, em um tom realista e com uma

liberdade de câmera inovadora. Williamson havia sido formado na escola de operadores da Sociedade Lumière.

Os filmes são exibidos em casas de espetáculos e nas feiras. O número de pequenas produtoras se multiplica devido ao sucesso que o cinema obtém nas feiras e os temas sociais predominam, com documentários sobre os soldados que retornam das guerras, as disputas nas colônias - como a guerra do Transvaal, e a realidade dos mineiros, por exemplo.

Na Dinamarca as atividades cinematográficas se concentram em torno da sociedade produtora Nordisk, fundada em 1906 pelo ex-feirante Ole Oslen. O sucesso de algumas fitas oportuniza o acesso aos mercados da Escandinávia, Alemanha e Europa Central, garantindo saúde financeira à produção nacional.

Uma das grandes atrações do cinema dinamarquês é a atriz Asta Nielsen que conquista fama mundial com seus filmes, que são bem recebidos pelas plateias de Berlim, São Petersburgo, Paris e Nova Iorque. Os dramas mundanos dinamarqueses surpreendem com situações que envolvem personagens dos circos, ciganos, mulheres adúlteras em um mundo “incessantemente ameaçado por catástrofes.” (SADOUL, 1983, v. 1, p. 118)

A ousadia também está presente nas obras realizadas no país, com o diretor Holger Madsen antecipando movimentos de câmera e ângulos que posteriormente seriam utilizados por Griffith nos Estados Unidos. Mas a contribuição decisiva do filme dinamarquês ao cinema de Hollywood se concentra em dois elementos que se tornarão fundamentais.

[...] a “vamp” e o beijo. A “mulher fatal” figurava já desde a época romântica na melhor e na pior literatura onde os italianos a foram buscar para, a partir de 1908, a transportar ocasionalmente para a tela. Os dinamarqueses fizeram dela, contudo, uma criatura tipicamente cinematográfica, que batizaram de “vamp”. Em 1914 essa criatura era tão tipicamente dinamarquesa que a atriz Theodosia Goodman, para aclimatar esse novo tipo nos Estados Unidos, adotou um pseudônimo de sabor dinamarquês: Theda Bara [...] Os beijos das vamps nórdicas fizeram escândalo.” (SADOUL, 1983, v. 1, p. 118)

A atenção que os filmes dinamarqueses despertaram em diferentes mercados atraiu realizadores alemães a Copenhague. E, com a I Guerra e o boicote dos países aliados, os filmes da Nordisk eram disputados.

No final da guerra, porém, o cenário é outro. Os grandes realizadores e atores se dispersam. Alguns vão para a Alemanha onde são construídos grandes estúdios em Berlim e Munique, outros se dirigem à Noruega e à Suécia.

Com forte influência do cinema dinamarquês, a Suécia conta com os nomes dos diretores Victor Sjöström e Mauritz Stiller e a produção se concentra em Estocolmo, na produtora Svenska. Em 1920, os realizadores dinamarqueses Carl Dreyer e Benjamin Christensen se encontram na capital. A junção de talentos confere “renome mundial aos filmes de um país menos povoado que a cidade de New York e que tinha menos cinemas que Pittsburgh ou Cincinnati.” (SADOUL, 1983, v. 1, p. 126)

Mas o sucesso de crítica não é garantia de público. E ao mesmo tempo que a concorrência dos filmes alemães e norte-americanos, na década de 20, se torna implacável para a produção sueca, Sjöström é contratado por Hollywood, seguido por Stiller, Christensen e [...] Greta Garbo.

A Itália fornece momentos de grandeza e declínio cinematográfico em um curto espaço de tempo. Após contratar especialistas franceses para obter conhecimentos na área da produção, têm destaque com os filmes de grandes encenações. O que torna estas realizações viáveis são elementos inerentes ao território italiano como os belos cenários naturais “[...] a obsessão das glórias da antiguidade e a facilidade de recrutar, num país sobrepovoado, uma figuração três ou quatro vezes menos dispendiosa do que em França.” (SADOUL, 1983, v. 1, p. 128)

São dessa época os grandes sucessos internacionais “Quo Vadis” (Guazzoni, 1912) e “Cabíria” (Pastrone, 1914). A grande publicidade em torno das “divas” italianas antecipa o fenômeno posterior das estrelas de cinema. São elas as celebridades das fitas. Mas a entrada na I Guerra interrompe essa expressão.

Na Alemanha a data de nascimento do cinema é reivindicada pela apresentação de imagens em movimento com audiência paga em um jardim de inverno em Berlim, em 1 de novembro de 1895, promovida pelos irmãos Max e Emil Skladanowsky. Junto com Oskar Messter e Paul Davidson os irmãos Skladanowsky formam a primeira geração de homens do cinema do país. Outros nomes relevantes são Ottomar Anschütz, Gido Seeber e Karl Geyer.

Davidson, que possuía salas de exibição, foi responsável pela vinda da atriz dinamarquesa Asta Nielsen⁶⁴ a Berlim, e trabalhou com Ernst Lubitsch e a atriz polonesa Pola Negri. Oskar Messter foi pioneiro em abrir uma sala de exibição no boulevard Unter-den-Linden, além de estabelecer um estúdio de filmagens nas cercanias desta artéria de Berlim e fundar a Messter-Projektion onde construía equipamentos e fazia suas próprias fitas ainda na primeira década do cinema.

Berlim era o centro das atividades cinematográficas no período. A cidade é sede da Deutsche Bioscop, Duskes Kinematographen e Filmfabrikations – GmbH, Deutsche Mutoskop e Biographgesellschaft (em união com a American Biograph Company), a BB-Filmgesellschaft, de Henrich Bolten-Baeckers's Company (em parceria com a Gaumont).

Apesar do grande número de empresas atuando no setor, o início do cinema alemão é modesto se comparado com as redes de distribuição e exibição existentes na França, Estados Unidos da América, Dinamarca e Itália. “Os empresários na Alemanha hesitavam em investir em um negócio que não dava claros sinais de lucro potencial e que era esnobado pelas classes superiores.” (HARDT, 1996, p.13)⁶⁵

Diante desta situação, as empresas francesas se estabelecem em Berlim com nomes distintos aos que utilizam no seu país. A Pathé como “Literaria”, a Gaumont como “Deutsche Gaumont-Gesellschaft”, e Eclair como “Deutsche Eclair-Film”. Estas empresas produziam filmes na Alemanha a custos reduzidos para suprir um número crescente de salas de exibição quando, para o público, “[...] a nacionalidade de um filme era irrelevante; a linguagem do cinema mudo era universal.”⁶⁶ (HARDT, 1996, p.14)

Até a Primeira Guerra Mundial, o mercado cinematográfico alemão era suprido em até 80% por produções estrangeiras. A comparação dos capitais das distintas empresas que atuavam no período deixa clara a desvantagem e a possibilidade de lucro do setor.

⁶⁴ A atriz Asta Nielsen atrai as plateias aos cinemas. Em torno da sua figura começa toda uma estrutura de divulgação e promoção das películas. “A produção dinamarquesa *Afgrunden* (Asta Nielsen, 1910) foi o primeiro filme comercializado na Alemanha especificamente como um veículo para o estrelato e rapidamente originou estratégias de marketing, com uma seleção de itens promocionais como cartões-postais, artigos de revistas e comparecimentos pessoais.” (SILBERMAN, 2007, p. 92)

⁶⁵ Tradução da autora. “Financial backers in Germany were hesitant to invest in a business that showed no clear sign of potential profit and was snubbed by upper classes.”

⁶⁶ Tradução da autora. “[...] the national origin of a movie was irrelevant; the silent film language was universal.”

Pathé lista seu capital em 1907 em 6 milhões de francos (\$ 1,16 milhões), em 1912, em 30 milhões (\$ 5,78 milhões). Gaumont, a segunda maior empresa francesa, mostra 2,5 milhões (\$ 482.000) em 1906, 3 milhões (\$ 578.400) em 1912, a maior empresa de produção do Norte, Nordisk, mostra dois milhões de Kronen (\$ 535,000) em 1912, a empresa italiana Cines mostra 3,75 milhões de lire (\$ 712,125) no mesmo ano. A PAGU empresa alemã (Union-Film de Paul Davidson) mostra um capital de 0,25 milhões de marcos (\$ 59.475) em 1911, 1 milhão em 1912, e 2 milhões (\$ 475.800), em 1917. ⁶⁷ (HARDT, 1996, p. 15)

A partir de 1910 a infraestrutura no país para a indústria cinematográfica se estabelece com a produção de película positiva pela Agfa; a abertura do laboratório de revelação e cópias de filmes Geyer-Lab em Berlim; e a construção de estúdios “[...] cercados de vidro, em Berlim e arredores, como Tempelhof, Weissensee e Babelsberg.” (SILBERMAN, 2007, p. 91) Nesta época começam os filmes narrativos longos que atraem o público e provocam o aumento das salas de cinema cada vez mais sofisticadas. Com isso “[...] o número de distribuidores dobrou entre 1910 e 1913 [...]; e, no espaço de um ano, as companhias de produção, em Berlim, passaram de 11 para 26 [...]” (SILBERMAN, 2007, p. 91)

Em um cenário permeado por distintas nacionalidades, o intercâmbio de estilos é fato percebido nos produtos derivados do meio. E a contribuição

[...] mais original da Alemanha a esse respeito foi a comédia (por exemplo de Karl Valentin e Ernst Lubitsch) um gênero com poucas possibilidades de exportação, em razão das referências culturais (pastelão bávaro) e alusões étnicas (humor judaico). Mas inflexões nacionais marcaram também os empréstimos do *film d'art* francês (Autorenfilm Alemão) e dos seriados Fantomas (primeiros filmes de horror, de Fritz Lang), de filmes de detetives britânicos (a série Joe Deeks, de Joe May), e de dramas sociais dinamarqueses que se metamorfosearam em melodramas alemães (por exemplo, de Franz Hofer). (SILBERMAN, 2007, p. 92)

⁶⁷ Tradução da autora. “Pathé lists its capital in 1907 at 6 million francs (\$1.16 million), in 1912 at 30 million (\$5.78 million). Gaumont, the second largest French company, shows 2.5 million (\$482,000) in 1906, 3 million (\$578,400) in 1912. The largest northern production company, Nordisk, shows 2 million Kronen (\$535,000) in 1912, the Italian company Cines shows 3.75 million lire (\$712,125) the same year. The German company PAGU (Paul's davidson Union-Film) shows a capital of 0.25 million marks (\$59,475) in 1911, 1 million in 1912, and 2 million (\$475,800) in 1917”. (HARDT, 1996, p.15)

Mas é o advento da guerra que vai alterar profundamente o equilíbrio do mercado de cinema na Alemanha. Em um primeiro momento, em uma atitude patriótica, são boicotados os filmes franceses e britânicos, e em 1916 são proibidas as importações. As salas de exibição precisam ser abastecidas de filmes, e isto impulsiona a produção nacional.

Mas tal movimento só é possível pela nova atenção que o governo dirige para o cinema, que começa a ser percebido como importante instrumento de propaganda e entretenimento patriótico. Em 1917 é criado o Bild-und-Filmamt (Bufa) voltado às atividades militares.

Investidores privados se unem para formar a Deutsche Lichtbild Gesellschaft (DLG) “[...] para produzir filmes publicitários para a indústria pesada alemã e a Deutsche Kolonial-Film Gesellschaft (Deuko) para propagar a ideia do colonialismo alemão”. (SILBERMAN, 2007, p. 93) No final de 1917, em dezembro, militares e industriais se unem e fundam a Universum-Film Aktiengesellschaft (UFA), com recursos do governo, dos grandes bancos e de industriais.

O fim da guerra e a instauração da jovem República de Weimar, em 1919 - apesar da realidade caótica do país, são favoráveis para a indústria cinematográfica. Na órbita da UFA, neste momento sob o controle do Deutsche Bank, se encontravam técnicos altamente capacitados, infraestrutura afinada entre produção em estúdios equipados, laboratórios disponíveis e sistema de distribuição doméstica planejada.

Importante ressaltar que sob o guarda-chuva da UFA se reuniam companhias anteriormente independentes. Em meados de 1919 existem 145 companhias cinematográficas na Alemanha, responsáveis pelo lançamento de 1.317 novas produções. Destas, 269 são da UFA. (HARDT, 1996) Em 1921 a Decla é absorvida ao conjunto que compõe a UFA.

Durante a guerra o cinema nacional ganha a aceitação da elite e de financiadores. A hiperinflação registrada nos primeiros anos da década de 20 fecha o mercado para as importações. “Por último, o fim da censura estatal aos filmes, em 1918, causou uma explosão de filmes de apelo popular sobre sexo, prostituição e drogas.” (SILBERMAN, 2007, p. 95).

Os temas e a estética eram dos mais variados, onde imperavam os produtos populares. Mas são do período, também, os filmes expressionistas, os Kammerspielfilm, os filmes de rua (strassenfilms) e os filmes fantásticos. Essa

variedade era possível devido ao background alemão de bons escritores, tradição na literatura e no teatro e, conseqüentemente, atores treinados. Apesar do movimento expressionista, com viés mais artístico, somar

[...] apenas cerca de quarenta longas-metragem, de uma média de 200 produções anuais, representou algo fundamentalmente novo no cinema: um produto artístico explicitamente concebido contra o dominante sistema de Hollywood. (SILBERMAN, 2007, p. 95)

A força com que a indústria cinematográfica alemã sai da I Guerra preocupa os estúdios de Hollywood, com a expansão que poderia significar essa produção nos mercados interno e europeu. Os EUA reagem buscando atrair os talentos para o seu território. Em uma estratégia pouco original, uma vez que “[...] a indústria de Weimar não foi um negócio exclusivo. Assim como os estúdios de Hollywood, ela integrou profissionais de toda a Europa.” (SILBERMAN, 2007, p. 95)

Integração também se buscou para impedir a supremacia norte-americana no continente com uma iniciativa de curta duração em 1924, a “Film Europe”, com projetos de co-produções e financiamentos compartilhados entre os países europeus.

Diante da crise alemã, em 1924 é lançado o Plano Dawes em que os EUA injetam dinheiro no país com garantias de empréstimo favoráveis (no intuito de manter seu mercado exportador). Em 1925 a Alemanha é readmitida na Liga das Nações. Para o setor cinematográfico, essas medidas resultaram que, em 1926,

[...] todas as grandes companhias de produção que ainda não haviam se fundido, ou falido, entraram em acordos de capitalização com majors americanas, formalizando assim sua dependência financeira e firmando efetivamente a Alemanha como o principal competidor dos Estados Unidos no mercado internacional. (SILBERMAN, 2007, p. 96)

É desse período o acordo Parufamet, entre a Paramount, a UFA e a MGM. A UFA recebia os recursos de que precisava urgentemente e as empresas norte-americanas garantiam o acesso ao mercado alemão. Em alguns anos, o acordo se comprova desfavorável para a Alemanha.

2.2.3 EUA

O século XX nos Estados Unidos chega em um momento de crise e redefinições no setor cinematográfico. Assim como em outros países da Europa, a apresentação das “vistas animadas” não representam mais uma novidade para o público. A “Guerra das Patentes”⁶⁸, iniciada por Thomas Edison em 1897, de cobrança de valores sobre os usos de invenções cinematográficas, dificulta o deslançar do cinema.

O estado de Nova Iorque, no Leste norte-americano, concentrava as produções. E as apresentações ocorriam nas feiras, e nos *smoking concerts*, semelhantes aos *music-hall* da Inglaterra, e aos cafés-concertos e *vaudeville* franceses. São os homens das feiras, ambulantes, que percebem as possibilidades comerciais oferecidas pela apresentação de imagens em movimento e logo transformam seus espaços em locais de exibição. Como na Inglaterra, nos Estados Unidos cada núcleo industrial passa a dispor do seu local de entretenimento.

Em Pittsburgh, distrito mineiro da Pensilvânia, um público cada vez maior, formado por imigrantes trabalhadores, a maioria da Europa Central, sem domínio do inglês, começa a ser cativo das apresentações nos cafés-concertos, *smoking concerts* e *penny arcade* (lojas de máquinas onde se paga para vê-las funcionar, como os fonógrafos). Alguns locais passam a cobrar um nickel pela entrada para uma exibição de cinema que dura cerca de 30 minutos.

Esta prática obtém aceitação do público e promove a rápida multiplicação das novas salas que passam a ser chamadas de “*Nickel Odeons*”. “Os lucros semanais de uma sala bastavam, em muitos casos, para financiar a abertura de novos estabelecimentos.” (SADOUL, 1983, v. 1, p. 94)

Daí surgem circuitos, controlados em sua maioria por imigrantes, que darão origem a cadeias de exibição familiares. Entre os novos proprietários estão Carl Laemmle, imigrante alemão que trabalhara com confecções, os irmãos Warner, vindos da Polônia, que trabalhavam com consertos de bicicletas, Paul Zuckor, da Hungria, que antes atuava com vendas de pele de coelho, o antigo tintureiro Fox, que também

⁶⁸ A “Guerra das Patentes” provocará o surgimento de Hollywood e em 1908 dá origem ao Motion Pictures Patents Company (MPPC).

atuara como palhaço, e o proprietário de *penny arcades*, Marcus Loew. (SADOUL, 1983, v. 1)

Em 1909, os Estados Unidos já dispunham de mais de 10 mil estabelecimentos. Époça em que a França “[...] não possuía mais de 200 ou 300 salas; e o resto do mundo umas 2000 ou 3000. No domínio da exibição, a supremacia norte-americana foi, portanto, esmagadora.” (SADOUL, 1983, v. 1, p. 95)

Em 1908 o mercado mundial já permite uma passagem da produção artesanal à industrial. Para suprir a demanda, Edison faz contratipos dos filmes europeus para projetar. Antes disso, Edwin S. Porter já havia sido contratado pelo inventor, e dirigiu “O Grande Roubo do Trem”(*Great Train Robbery*, 1903), dando origem ao gênero “Western”, que quebra as regras do teatro, mais parecendo uma atualidade reconstituída, filmada ao ar livre.

As tentativas feitas para adaptar obras de Shakespeare, para apresentar enredos mais elaborados, sofrem críticas, mas os filmes de *cowboy* chamam a atenção pela autenticidade e proximidade com a história do país. Os filmes realizados nos EUA cruzam o Atlântico e algumas inovações técnicas fazem escola. Nos estúdios franceses, os planos aproximados presentes nestas filmagens “[...] são batizados em sua honra de ‘planos americanos’”. (SADOUL, 1983, v. 1, p. 97)

Mas em 1907 a questão das patentes acionada por Edison volta a ocupar a cena quando uma sentença atinge em cheio a exibição ao infringir a cobrança das patentes pleiteadas pelo inventor. As grandes empresas se unem em um “trust” em troca de um monopólio, uma certa segurança e a promessa de defesa em possíveis processos abertos. No acordo,

[...] cada produtor filiado devia pagar meio cêntimo por pé de película copiada ou impressionada; cada distribuidor pagava uma licença anual de 500 dólares e cada exibidor era obrigado a uma contribuição de cinco dólares por semana. Estes encargos, que bem depressa deram ao trust um milhão de dólares por ano, escudavam-se nas descobertas feitas nos laboratórios de Edison, entre 1889 e 1894, que não tinham chegado a custar 20 000 dólares. (SADOUL, 1983, v. 1, p. 98)

A situação é tensa e cria um impasse com repercussões surpreendentes, ao mesmo tempo que exige uma maior organização do setor, não apenas nos EUA, como na Europa. O grande detentor da matéria prima do cinema - a película virgem – George Eastman adere ao grupo comprometendo-se em fornecer seus produtos

exclusivamente ao trust fortalecendo o monopólio. Porém, comercialmente, para o empresário, a livre concorrência é mais interessante, uma vez que aderindo ao monopólio, abria campo para os concorrentes fornecerem para os produtores independentes que não se vincularam ao trust.

Na Europa a questão girava em torno das cópias em um mercado que dava sinais de saturação. A proposta era restringir a circulação das mesmas através da redução da duração comercial ou a supressão das vendas, o que aniquilaria o cinema de feiras.

Para discutir os rumos do cinema, foi realizado, em Paris, um congresso, em fevereiro de 1909 que reuniu produtores da Alemanha, Inglaterra, França, Itália, Rússia e Dinamarca totalizando cinquenta sociedades representadas. Na ocasião Eastman se compromete com a exclusividade de fornecimento ao cartel que se formava.

No último instante, porém, Pathé se retira do grupo em formação. E Eastman confirma a informação da criação de uma película não inflamável pelo cartel da indústria química da Alemanha. O fundador da Kodak tenta inibir Charles Pathé, que pretendia entrar no setor de fabricação de filmes virgens, ameaçando cortar o fornecimento para a gigante francesa. Pathé resiste e os dois rompem os negócios.

Para Eastman, diante das novas armas dos concorrentes, a participação em um monopólio era anunciar o próprio declínio. O Congresso acaba sem nenhuma proposta aprovada e a produção europeia permanece com a livre concorrência.

Enquanto isto, nos Estados Unidos da América o trust encabeçado por Edison e a Biograph subestima a força dos realizadores independentes, imigrantes recém chegados e percebe como concorrentes as empresas europeias. Nos primeiros anos da segunda década, a General Film Company, filial da MPPC, controla mais de cinco mil salas de exibição das cerca de 10 mil salas existentes no país – totalizando 57% da exploração do setor.

Mas os independentes, conhecedores dos gostos dos públicos das feiras, logo reagem com produções mais populares e menos onerosas para alimentar os inúmeros nickelodeons que não eram totalmente atendidos pelos produtos do trust. Apesar da tentativa de atacar a moralidade dos Nickelodeons para encerrar as atividades destes, o monopólio não vingou na intenção pela dificuldade de controlar todas as salas existentes no território norte-americano.

A participação de Eastman no trust com o fornecimento de filmes é driblada pelos independentes por contratos com a sucursal da Gaumont, que fornece o material. Os independentes são responsáveis também pelo deslocamento do centro cinematográfico do eixo Nova Iorque-Chicago, para o Oeste, Los Angeles, Califórnia – Hollywood.

A sociedade *Independent Motion Pictures* – IMP, idealizada por Carl Laemmle, atraía as estrelas do trust com boas ofertas. O grupo também passou a atuar na distribuição – onde eram rivais, com a Universal, de Laemmle e a Mutual – subdividida nos grupos Aitken e Freuler (Reliance-Majestic). A Majestic, por sua vez, se subdividia “[...] em várias companhias autônomas – entre as quais a Bison 101, de Thomas Ince, e a Keystone, de Mack Sennet.” (SADOUL, 1983, v. 1, p. 141)

As disputas entre o trust e os independentes e dos independentes entre si acaba por favorecer as estrelas, que têm seus “passes” valorizados. Paul Zuckor funda a Famous Players com o slogan, “Atores célebres, peças célebres”, de inspiração francesa. Ele dividiu a produção em três categorias:

Filmes A, os das estrelas de teatro; filmes B, os de grandes atores de cinema, e filmes C, os de produção corrente. Contrariamente às suas previsões, foram os filmes B que tiveram maior êxito. Começava o reinado das stars ao mesmo tempo que acabava a época dos Nickel-Odeons.” (SADOUL, 1983, v. 1, p. 141)

Um ano antes do início da I Guerra, mais de cem milhões eram investidos nas novas e suntuosas salas de cinema. E outra grande soma era investida na produção de filmes. Neste momento, o cinema encontra Wall Street, que deu preferência às atividades desenvolvidas pelos independentes. Como golpe de misericórdia, em 1915, o Supremo Tribunal dos EUA anuncia sentença que dilui a MPPC, em acordo com a lei contra os monopólios.

Em meio às desavenças, se desenvolve o talento de David W. Griffith, que revoluciona a produção cinematográfica com o seu filme “Nascimento de uma Nação”, (*The Birth of a Nation*, 1915), com duração de três horas. A época, também vê florescer o gênio de Charles Chaplin, que se forma na arte da pantomima inglesa, e começa as atividades na Essanay, passando pela Mutual e pela First National.

Os filmes são apresentados em partes, com temas e enredos mais complexos. E a Biograph traduz para a América uma versão da “vamp” nórdica incorporada por Theda Bara.

A mulher fatal, bela e perversa, tirânica e adorada, a moderna encarnação de Naná, em suma, a *vamp*, teve, graças a Theda Bara, uma voga considerável; e as suas numerosas imitadoras transferiram para Hollywood o estranho mundo de estufa do cinema dinamarquês. (SADOUL, 1983, v. 1, p.149)

O período consagra os nomes, também, do diretor Cecil B. de Mille, e dos atores Mary Pickford e Douglas Fairbanks, que encarna o herói moderno, “[...] desportivo, pensa e age com rapidez, transborda de sangue-frio e de saúde, de bom-humor e audácia, de intuição, força e de liberdade.” (SADOUL, 1983, v. 1, p.155) Na Europa, desgastada pela Guerra, o Faroeste cai no gosto popular. E as comédias também fazem sucesso.

Em 1919, Charles Chaplin, Douglas Fairbanks, Mary Pickford e o diretor David W. Griffith se reúnem na United Artist, derivada da Triangle, e apoiada pelo grupo Dupont de Nemours. Ao fim da I Guerra a situação era das mais favoráveis para a indústria cinematográfica dos EUA e os anos vinte vão se caracterizar pelo reinado de Hollywood - estreitamente vinculada a Wall Street, dos produtores - em detrimento dos realizadores, e do *studio system* - apoiado pela publicidade em torno do *star system*.

Os filmes estrangeiros foram eliminados das 20 000 salas dos Estados Unidos. No resto do mundo, os filmes norte-americanos ocupavam por vezes de 60 a 90 por cento dos programas, e 200 milhões de dólares por ano eram consagrados a uma produção que ultrapassava os 800 mil filmes. (SADOUL, 1983, v. 2, p. 251)

Diante de números tão avultantes o “*Box Office*” – bilheteria - era o termômetro e guia das produções. Mas tamanha supremacia na área da indústria da cultura não passa ilesa da mira dos grupos, e religiões, mais tradicionais. Em 1922, é criada a *Motion Picture Producers and Distributors of America* (MPPDA)⁶⁹, que representa um grupo de financistas de Wall Street e é dirigido por 20 anos pelo puritano William Hays, ligado ao Partido Republicano.

⁶⁹ Atualmente *Motion Picture Association of America* (MPAA)

O objetivo era moralizar as atividades do setor, através de guias do que era permitido ou não nos roteiros dos filmes, entre outras medidas. Ao longo da década de 20 foram editados códigos, que eram driblados pelos estúdios. Mas em 1930, os executivos das principais produtoras de cinema aderiram à disputa e foi criado um código de princípios, conhecido como Código de Hays⁷⁰.

Os critérios estabelecidos nas listas visavam a construção de uma imagem da Nação a partir dos filmes produzidos. “O cinema transformou-se em caixeiro viajante, aplicando a fórmula de Hays: ‘A mercadoria segue o filme: onde quer que penetrem nossos filmes vendemos mais produtos americanos’.” (SADOUL, 1983, v. 2, p. 252)

Mas uma indústria de alcance mundial, baseado em um sistema financeiro internacionalizado, também internacionalizava seus temas. O período registra um grande número de adaptações de obras literárias consagradas de outros países, e as histórias tipicamente norte-americanas eram minoritárias.

A rigidez da censura, a produção segundo o “Box Office” e o controle exercido pela figura do produtor acaba por produzir em larga escala produtos de pouco valor artístico. “Hollywood, a cidade das fortunas rápidas, possuía o mau gosto próprio dos novos ricos, que misturavam, nos seus palácios, anfiteatros romanos com castelo rococó e catedrais com arranha-céus.” (SADOUL, 1983, v. 2, p. 254)

Percebendo a deficiência, os produtores foram buscar na Europa realizadores consagrados. Da Suécia chegam o diretor Mauritz Stiller e a atriz Greta Garbo. Seguidos de Pola Negri que fazia carreira na Alemanha e Emil Jannings, também da Alemanha. Sjöström dirige filmes, assim como Fritz Lang, F.W. Murnau, Erich Von Stroheim, Ernst Lubitsch, Josef Von Sternberg e Alexander Korda, entre muitos outros atores e técnicos importantes. Mas o epicentro do cinema não é o paraíso.

Durante o período mais próspero da sua história, Hollywood não utilizou, antes liquidou os seus pioneiros e alguns dos maiores artistas europeus. A sua supremacia mundial foi acompanhada, na maioria da sua produção, de uma inquietante estagnação na insignificância e no luxo. (SADOUL, 1983, v. 2, p. 269)

E o advento do filme sonoro, em 1927, e a crise de 1929 trarão novas reviravoltas definitivas na trajetória da indústria do cinema. Todas essas

⁷⁰ O Código de Hays foi um código aprovado, em março de 1930, pela *Motion Picture Association of America* (MPAA) e pela *Motion Picture Producers and Distributors of America* (MPPDA) para controlar o conteúdo dos filmes falados, sincronizados e silenciosos produzidos nos EUA.

transformações passam a ser acompanhadas, a partir de agora, pelos relatos existentes nas revistas Cinearte e Fon-Fon, que são os objetos de estudo do presente trabalho, no período de 1927 a 1932.

3 CINEMA TRANSNACIONAL E A MUNDIALIZAÇÃO DA CULTURA EM FON-FON E CINEARTE

Com a assinatura do contrato de Marietta Millner, uma jovem vienense, a Paramount completou um exército de vinte europeus de importância, trabalhando sob sua bandeira. A Inglaterra é representada por Clive Brooks e Philip Strange, artistas e Elynor Gyn, Frederick Lousdale, P. G. Wodehouse, escritores; a França vem depois com Arlette Marchal e Jeanne Navelle, artistas, Abbadie D'arrast, diretor e Al'savoir, escritor; a Alemanha tem dois em Emil Jannings e Ernst Lubitsch; a Suécia é representada por Einar Hanson, artista, e Mauritz Stiller, diretor; Lajos Biro e Ernst Vadjá, escritores, são da Hungria; Eric Von Stroheim e Marietta Miller são da Áustria; Pola Negri, da Polônia; Vera Veronina, da Rússia; e Arnol Kent da Itália. Depois ainda dizem que os filmes americanos não são internacionais[...] (CINEARTE, 3 de agosto de 1927, nº 75, p.17)

Em fevereiro do mesmo ano, a revista Fon-Fon publica a nota:

Das 48 “estrelas” principais contratadas pela Metro-Goldwyn-Mayer – exatamente um quarto são estrangeiros, de acordo com a estatística ultimamente feita: Renée Adorée – francesa; Ralph Forbes e Cecil Holland – ingleses; Estelle Clarck – polaca; Natalie Kovanko – russa; Ramon Navarro – mexicano; Norma Shearer – canadense; Karl Dane – dinamarquês; Greta Garbo e Lars Hanson – suecos. (FON-FON, 26 de fevereiro de 1927, nº 9, p. 52)

Estas passagens das revistas Cinearte e Fon-Fon no primeiro ano do período analisado são significativas para identificarmos a presença de um cinema transnacional. Os filmes que chegam às telas brasileiras são predominantemente americanos, seguidos dos europeus, e um grande volume de material de divulgação acompanha a distribuição destes filmes. A produção nacional de filmes à época é pequena, periférica aos centros industriais cinematográficos e encontra dificuldades para chegar ao circuito exibidor.

Dentro deste panorama, interessa analisar como o cinema transnacional estava representado nas revistas e o tratamento que recebiam estes filmes e materiais, no período. Para isto, deve-se pensar o cinema “[...] não apenas em termos de entidades nacionais separadas, mas como uma rede internacional criativa, dispersa entre

centros temporários de atividade, que se influenciam e se fertilizam mutuamente.”⁷¹
(BERGFELDER; HARRIS; STREET, 2007, p. 31)

O fluxo de mão-de-obra profissional, que permite a constituição de tal rede, existia antes da I Guerra Mundial, mas ganha força após o conflito e a Revolução Russa de 1917 quando a Europa “[...] presenciou ondas de migração que trouxeram talentosos artistas do Leste europeu e remanescentes da implosão do Império Austro-húngaro para os centros metropolitanos de Berlim e de Paris [...]”⁷²(BERGFELDER; HARRIS; STREET, 2007, p. 31)

Essa mobilidade de talentos permitiu trocas de experiências nas práticas de trabalho e inovações estéticas a partir dos contatos entre “[...] uma miríade de estilos (do neo-classicismo, Romantismo, e Neogótico ao Art Deco, e do expressionismo, surrealismo e construtivismo Russo ao funcionalismo estético da Bauhaus).”
(BERGFELDER; HARRIS; STREET, 2007, p. 31)

Tendo Berlim como um dos centros de atração desses grupos migratórios, o Cinema de Weimar (1919 – 1933) se beneficiou, operando em uma teia transnacional comprometida não apenas com o mercado interno da Alemanha, mas com os países do ex-império Austro-Hungaro, o restante dos Balcans e mais além. “As companhias de filme alemão mantinham fortes laços com a Rússia Soviética e outras partes do Leste europeu, os países escandinavos e vários países da América do Sul.”⁷³
(ROGOWSKI, 2010, p. 7)

Diante dessa forte atividade cinematográfica voltada para distintos mercados, não é surpreendente o comentário encontrado na revista Cinearte de maio de 1927.

Os filmes alemães continuam a triunfar em todos os mercados. Metrópolis, a famosa produção da Ufa que veremos em breve foi classificada em New York como a mais perfeita obra jamais concebida e executada em *Studios*. Sabemos que entre nós, no ano corrente, a produção alemã vai estabelecer séria concorrência ao filme norte-americano, estando contratados todos os filmes alemães especiais, para o Brasil. [...] Os grandes diretores de cena, os artistas germânicos tem hoje a sua atividade dividida entre os estúdios de aquém e além do Atlântico.[...] Depois os filmes concebidos à sombra desse

⁷¹ Tradução da autora: “[...] not simply in terms of separate national entities, but as a creative international network, dispersed across temporary centers of activity, which influence and cross-fertilise each other.”

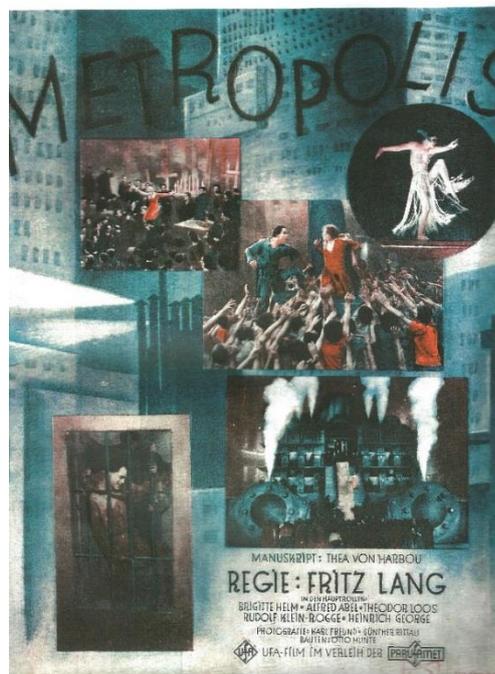
⁷² Tradução da autora: “[...] witnessed waves of migration that brought talented artists from Eastern Europe and the remnants of the imploded Austro-Hungarian Empire to the metropolitan centers of Berlin and Paris [...]”

⁷³ Tradução da autora: “German film companies maintained strong ties with Soviet Russia and other parts of Eastern Europe, the Scandinavian countries, and various countries in South America.”

comércio de interesses, vão se aproximando cada vez mais da fórmula internacional, isto é, perdendo os característicos de nacionalismo que limitavam suas possibilidades de exploração em todos os pontos habitados do universo. [...] (CINEARTE, 4 de maio de 1927, nº 62, p. 3)

O papel da imprensa como meio de divulgação dos filmes era um entendimento que integrava a estratégia das grandes empresas cinematográficas, tornando-se essencial para a competição no mercado de filmes. E os filmes americanos e alemães chegavam aos seus destinos acompanhados de rico material publicitário. (Figura 11) (Figura 12) (Figura 13)

Figura 11 - Cartaz Metrópolis



Fonte: Deutsche Kinemathek - Museum für Film und Fernsehen – Berlin.

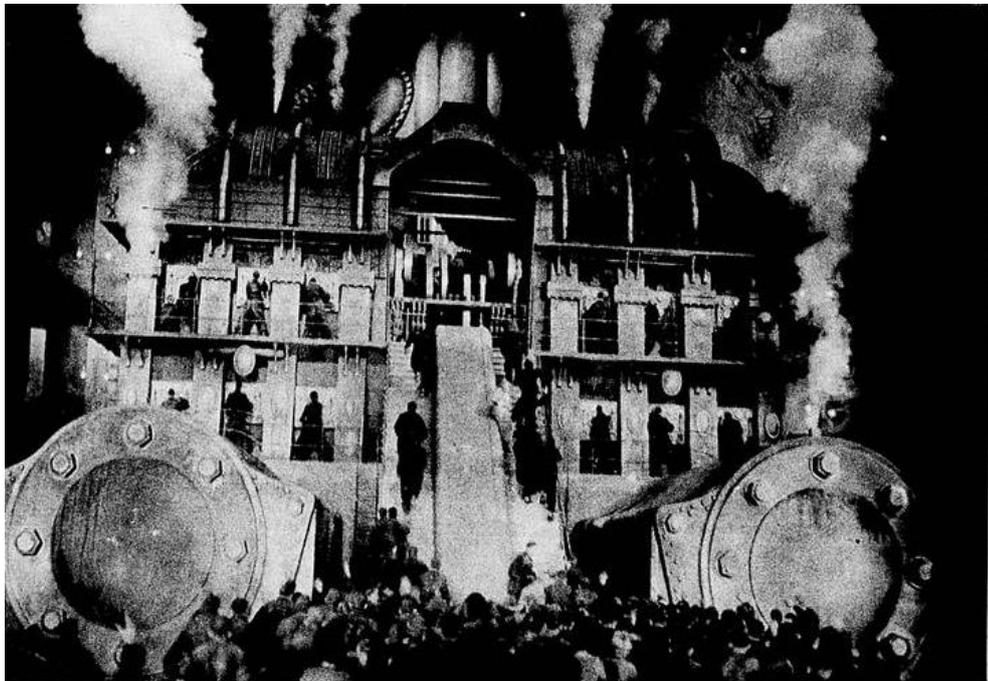
Legenda: Os filmes alemães eram distribuídos acompanhados de rico material de divulgação, como neste cartaz/colagem do filme Metrópolis (1927) de Fritz Lang.

Figura 12 - Cena do filme Metrópolis (1927) em Cinearte



Fonte: Cinearte, 19 de setembro de 1928, ano III, nº 134, p 17. Hemeroteca Digital Brasileira.
Legenda: E o material distribuído era publicado nas revistas. Cena filme Metrópolis (1927) de Fritz Lang.

Figura 13 - Cena do filme Metrópolis (1927) cenário - em Cinearte



Fonte: Cinearte, 19 de setembro de 1928, ano III, nº 134, p 17. Hemeroteca Digital Brasileira.
Legenda: Cena filme Metrópolis (1927) de Fritz Lang.

As revistas eram importantes veículos de anúncio e acompanhamento das novidades no setor, e elemento central para a circulação de notícias. No caso do Brasil, no entanto, as dificuldades de produzir material⁷⁴ aliadas a um certo desconhecimento de mercado e à falta de uma organização interna dos poucos núcleos produtivos de filmes, inviabilizavam o aproveitamento dos espaços que por ventura surgiam. Como se percebe na nota publicada em Cinearte de março de 1927.

Der Film revista cinematográfica editada em Berlim, tendo em confecção o seu Álbum Anual de Cinema, pede aos produtores e artistas brasileiros por intermédio de Cinearte, que enviem com máxima brevidade todo e qualquer material de publicidade para ilustrar suas páginas. (CINEARTE, 2 de março de 1927, nº 53, p.10) (Figura 14) (Figura 15)

Figura 14 - Material de Divulgação da Ufa



Fonte: Deutsche Kinemathek - Museum für Film und Fernsehen – Berlin.

Legenda: Os materiais de divulgação eram bastante elaborados. Como este álbum com fotos dos artistas da Ufa.

⁷⁴ Tecnologia e custos do papel e equipamentos gráficos.

Figura 15 - Parte interna do álbum da Ufa



Fonte: Deutsche Kinemathek - Museum für Film und Fernsehen – Berlin.

Legenda: Parte interna do álbum das “estrelas” da Ufa. O conceito de “estrela” na Alemanha é distinto do norte-americano (como tratado no capítulo 3).

Não há registro se o material foi enviado, mas pela nota de julho do mesmo ano, fica sinalizada a realidade da produção nacional em termos de publicidade no período.

Já está quase terminado o Cinearte Album⁷⁵ e não temos uma única fotografia da filmagem brasileira que possa ser reproduzida. É doloroso confessar-se isso [...] mas ainda está em tempo de se conseguir algumas páginas para o nosso cinema. Só queremos ver agora quem serão os artistas e empresa que conseguirá a primazia do Cinearte Album. (CINEARTE, 6 de julho de 1927, ano II, nº 71, p. 5)

O tom de lamento percebido no texto é recorrente ao longo de todo o período estudado, intercalado por outros de grande otimismo. A impressão é que há uma grande vontade - que beira a ilusão, da existência de uma cinematografia nacional que esbarra na realidade adversa à sua concretização. Alguns editoriais ao longo do período demonstram as contradições e os problemas que atingem exibição, distribuição e produção.

⁷⁵ O Cinearte Album era uma edição especial lançada anualmente no mês de janeiro. Durante o período pesquisado, o álbum não foi lançado em 1932.

A exibição, por exemplo, apresenta diversos tipos de dificuldades. Nos cinemas de bairro pode ser o mau manuseio do projetor pelo operador, os cortes nos filmes e a velocidade da projeção.

Difícilmente um cinema de bairro, para aproveitar bem as suas sessões, permite que estas excedam de duas horas. Ora, duas horas de projeção bastam apenas 12 partes de um filme. Em um dos cinemas vimos mesmo “The big parade” ser acompanhado por outro filme (por sinal uma baboseira em seis partes). Aí estavam 3 horas e 20 minutos. Pois bem, em 2 horas e meia o programa foi esgotado. Quer dizer que os filmes, além dos cortes sofridos para adaptá-los ao programa, ainda foi passado em acelerado, de sorte a mal dar tempo que o público lesse as legendas. (CINEARTE, 6 de julho de 1927, ano II, nº 71, p.3)

E o interior apresentava situações ainda mais precárias.

Imagine-se agora o que acontece com aparelhos defeituosos, anacrônicos muitos, lidados por mãos inexperatas, sendo que muita vez já está deteriorada a cópia quando lhes toca a vez da passagem. Pobre do público das pequenas cidades que só vê cópias cheias de remendos, riscadas, mastigadas, nas quais os quadros saem a todo o momento da posição normal pelo dilaceramento dos bordos perfurados, com falta de legendas, uma ruína digna apenas da destruição completa e entretanto continua a viajar por semanas, meses e anos, fazendo pingar dinheiro nos bolsos dos proprietários. (CINEARTE, 1º de janeiro de 1930, nº 201, p. 3)

Ainda nos cinemas dos bairros, a qualidade das orquestras que acompanham os filmes podia pôr em risco a programação.

Seria mil vezes preferível uma boa vitrola a semelhantes instrumentos de suplício, constituídos, em geral, por uma pianista que toca evangelicamente, isto é, que a mão direita nunca sabe o que faz a esquerda, um violino ou dois que fazem concorrência aos gatos amorosos, provocando acessos de neurastenia aguda entre os espectadores, uma flauta desafinada que dá gritos de parturiente em apuros, e mais outros aparelhos dissonantes, que arrepiam carnes e cabelos quando entram em função. (CINEARTE, 6 de julho de 1927, nº 71, p. 3)

Mas a má qualidade do acompanhamento musical não era privilégio dos cinemas de bairro, outro editorial de Cinearte, deixa claro que o problema ocorria também nos cinemas centrais do Rio de Janeiro. “Os filmes dos EE.UU. traziam sempre as relações das músicas que devia acompanhar a sua projeção. Essa relação

era quase sempre atirada à cesta de papéis inúteis.” (CINEARTE, 7 de agosto de 1929, nº 180, p. 3)

Sobre a produção nacional, as queixas eram frequentemente direcionadas às abusivas taxas sobre a importação de filmes virgens, à falta de união entre os produtores de diferentes estados, e aos filmes de cavação que construíam uma imagem negativa do país - às custas do Estado. Com o passar dos anos, que presenciaram a Revolução de 30, a crise de 1929 e o advento do filme sonoro, o editorial de fevereiro de 1932 de Cinearte soa como um desabafo.

No texto, o autor afirmava que, para o cinema brasileiro, pouco importava a cobrança de taxas aduaneiras sobre o filme estrangeiro pois eram contra às medidas protecionistas adotadas por alguns setores da indústria do país. A estabilização de um possível cinema brasileiro se daria não por questões econômicas ou financeiras, mas como uma “[...] manifestação espontânea da nossa nacionalidade.” (CINEARTE, 6 de janeiro de 1932, nº 306, p. 3)

Nem que todas as nações do mundo desembarcassem tropas, as mais bem armadas e municadas evitariam a última Revolução Brasileira. E nós, da ‘Cinearte’ fomos quase os únicos sinceros e francos, como sempre, que discordamos dessa fantasia de crise assustadora que iria fechar os nossos cinemas. (CINEARTE, 6 de janeiro de 1932, nº 306, p. 3)

A opinião defende que o progresso de um país se mede pelo número de salas existentes no seu território e que o Brasil em breve seria “[...] um dos melhores senão o melhor mercado do mundo.” (CINEARTE, 6 de janeiro de 1932, nº 306, p. 3) Não haveria outro lugar com tamanhas reservas ambientais e inteligência.

Considera Will Hays o “ministro do cinema dos EUA” e afirma que o filme “não é café”, mas imprensa internacional e a opinião de um país. E, diferente de opiniões anteriores, o autor defende que o cinema é uma questão de Estado e ainda:

Não vem ao caso que a renda de um filme no Brasil não pague a confecção de uma comédia americana, o que nem sempre é verdade. O mercado de Portugal talvez não pague um pastelão que Mack Sennet manda jogar à cara de[...]Harry Gribbon, mas nem por isso os Estados Unidos [...] deixam de enviar seus filmes [...]. E nem por isso Portugal deixa de filmar seus filmes [...] (CINEARTE, 6 de janeiro de 1932, nº 306, p.3)

Após discorrer sobre as desvantagens financeiras e infraestruturais do Brasil, são estabelecidas comparações estéticas entre os filmes dos EUA, da Europa e das possibilidades que possui o filme nacional. “Precisamos apresentar um Brasil bonito, bem vestido, moderno, com os seus arranha-céus, muitas fábricas [...]” (CINEARTE, 6 de janeiro de 1932, nº 306, p. 3)

É um editorial confuso, emocional e ufanista, que clama por um cinema brasileiro. Que ora enaltece e ora deprecia a realidade do país. Permeado por indiretas a todos os envolvidos no setor, como aos próprios cineastas que não teriam viabilizado a realização de convenção para discutir os interesses da área, defendida por Cinearte.

As chamadas para a realização de uma grande convenção do setor cinematográfico brasileiro começaram em 1927. O assunto era abordado na seção “Filmagem Brasileira” e ao ler os textos, publicados junto com as matérias sobre os filmes que estariam sendo feitos no país, tem-se a impressão de que haviam núcleos organizados em diferentes estados que precisavam apenas entrar em relação para resolver os entraves que inviabilizavam o cinema brasileiro como indústria.

[...] o quanto poderemos fazer ainda no dia em que a classe inteira se convencer da importância que representam estes encontros em que se discutem as nossas possibilidades de filmagem e se conseguem remover os obstáculos que entravam a debatida falta de união entre os nossos elementos aproveitáveis. [...] Todos os problemas seriam discutidos, inclusive o da luz, dos cartazes e da propaganda. A troca de ideias e conhecimentos através das conferências sobre todos os assuntos muito lucrará o nosso cinema, além da propaganda que se faria em torno dessa convenção que deixaria bem patente a existência da indústria cinematográfica no Brasil. (CINEARTE, 5 de outubro de 1927, nº 84, p. 5)

Em janeiro de 1928, no entanto, verifica-se que a proposta não obteve sucesso: “[...] devemos constatar que ainda em 1927 não nos foi possível reunir a primeira convenção pela qual tanto nos batemos e que só encontrou eco em pouquíssimos elementos.” (CINEARTE, 4 de janeiro de 1928, nº 97, p. 5)

Mas o que se percebe é que, a segunda metade dos anos 20 e a chegada dos anos 30 representaram um desafio para os mercados cinematográficos como um todo. Quando estratégias de ação eram fundamentais para sobreviver em um cenário praticamente dominado pelo produto norte-americano. O que já havia sido percebido em países com maior tradição de concorrência em mercados complexos.

[...] a história do cinema europeu tem sido frequentemente caracterizada por dois processos simultâneos ainda que divergentes, ou seja, a indústria do cinema com o imperativo econômico de expansão internacional, a concorrência e a cooperação (muitas vezes acompanhada por uma migração de mão de obra) e um Projeto Ideológico de recentramento da definição de cinema nacional através da crítica e do discurso público, e uma política do filme.⁷⁶ (BERGFELDER; CARGNELLI, 2008, p. 1)

Seguindo essa análise, a situação da Alemanha era particular. O embargo aos filmes estrangeiros durante a I Guerra aumentou a demanda do abastecimento interno por películas nacionais, e os países ocupados compunham distintos mercados a serem explorados. Com o fim do conflito, a lição já havia sido aprendida.

Fazer cinema, no caso europeu, era pensar em mercados interno e externo, e ter uma política de ação de defesa, colaboração e expansão das atividades. Além do que, a indústria cinematográfica, que se remodelou no período analisado, não se restringia mais a produção e escoamento de bens de consumo (filmes) de entretenimento. A essas alturas se tratava da circulação de bens simbólicos, carregados de sentidos, em um nível jamais visto anteriormente. Em um jogo cujas regras estavam sendo estabelecidas por um jovem jogador.

A década seguinte a I Guerra Mundial (até a Depressão) viu uma prosperidade sem igual na América; assim, os mercados de publicidade se expandiram radicalmente. Não só era uma miríade de novos produtos promovidos, mas os anunciantes abraçaram o conceito de modernidade, valorizando o novo contra o velho. (FISCHER, 2003, p. 47)

Poderia se pensar, com isso, que a Europa representaria o “velho-mundo” e a América a novidade. Mas, como já comentado anteriormente, as trocas de experiências e influências no continente europeu faziam de Paris e Berlim centros cosmopolitas onde surgiam inovações técnicas, se entrecruzavam uma profusão de estilos e idiomas e se estabeleciam parcerias que possibilitavam uma evolução da indústria do cinema europeu de modo a consolidar “[...] as atividades de produção

⁷⁶ “[...] the history of European cinema has frequently been ‘characterised by two simultaneous yet diverging processes, namely the film industries’ economic imperative of international expansion, competition and cooperation (often accompanied by a migration of labour), and the ideological Project of recentring the definition of national cinema through critical and public discourse, and film policy”. (BERGFELDER; CARGNELLI, 2008, p. 1)

nacionais ou pan-europeias em face à competição econômica de Hollywood.” (BERGFELDER; HARRIS; STREET, 2007, p. 31)

Em sua análise sobre a mundialização, Renato Ortiz propõe uma distinção entre globalização e mundialização, sendo o primeiro empregado para processos econômicos e tecnológicos e o segundo situando “[...] a ideia de mundialização ao domínio específico da cultura.” (ORTIZ, 1994a, p. 29) Onde a mundialização também significa “[...] uma ‘visão de mundo’, um universo simbólico [...].” (ORTIZ, 1994a, p. 29)

Para o autor, faz-se necessário, também, uma distinção entre internacionalização e globalização. Estando a primeira ligada ao aumento da extensão geográfica das atividades econômicas através das fronteiras nacionais, o que não seria uma novidade; e a segunda sendo relativa a uma integração funcional entre as atividades econômicas dispersas. Em uma conceituação da globalização que se aplicaria a produção, distribuição e consumo de bens e serviços – a partir de uma estratégia mundial – voltada para um mercado mundial.

Para o autor, a mundialização, relacionada à cultura, também possui uma história. Porém sem gozar do status de uma cidadania própria, estando, muitas vezes, atrelada às análises que privilegiam uma visão econômica das sociedades. Por esta característica, o desafio seria: “Como pensar essa realidade mundial a partir da problemática da cultura?” (ORTIZ, 1994a, p. 20)

Um ponto importante seria pensar as culturas, no plural, evitando uma abrangência simplificadora encontrada no Iluminismo, e onde seriam destacados os aspectos específicos de cada cultura. Mas a busca por essa história de uma cultura mundializada, apresenta dificuldades.

Uma análise que se abre para o entendimento da mundialização da cultura se choca com boa parte da tradição intelectual existente. O que se propõe estudar é justamente um conjunto de valores, estilos, formas de pensar, que se estende a uma diversidade de grupos sociais vistos até então como senhores de seus próprios destinos. (ORTIZ, 1994a, p. 21)

Assim, globalização e mundialização requereriam abordagens distintas. Os mesmos termos e expressões não funcionam para os dois da mesma forma. Palavras como “World-System”, por exemplo, conteriam uma abordagem de predomínio

economicista, que se confundiria com o desenvolvimento do capitalismo, onde política e cultura surgem apenas como reflexos.

Na sua análise, Ortiz observa que a cultura, apesar da já citada relação com a economia, não estaria necessariamente se modificando, em termos históricos, lado a lado com as alterações do desenvolvimento capitalista. Se este se configura no século XV, não significa a existência de uma cultura intrínseca a sua existência - como se houvesse uma correlação imediata entre cultura e economia. O que significaria que “[...] a história cultural das sociedades capitalistas não se confunde com as estruturas permanentes do capitalismo.” (ORTIZ, 1994a, p. 24)

Ao propor o termo “mundialização”, a categoria “mundo” estaria ligada a duas dimensões. A primeira vinculada ao movimento de globalização das sociedades, mas também significando um universo simbólico que “[...] convive com outras visões de mundo – estabelece entre elas hierarquias, conflitos, e acomodações (ORTIZ, 1994a, p. 29)

Outro ponto levantado pelo autor, seria em relação a interpretação do mundo dentro de uma abordagem sistêmica. Para Ortiz, haveria o problema de reduzir algumas manifestações políticas e culturais a “disfunções” de um sistema. Como resposta, ele sugere pensar a mundialização “[...] como processo e totalidade.” (ORTIZ, 1994a, p. 30) Em que o “[...] processo de mundialização é um fenômeno social total que permeia o conjunto das manifestações culturais.” Em uma sociedade globalizada, essa totalidade cultural remodela “[...] a ‘situação’ na qual se encontravam as múltiplas particularidades.” (ORTIZ, 1994a, p. 31)

Em uma aproximação a Marcel Mauss, o autor conduz a noção de civilização, ressaltadas algumas particularidades, como “[...] conjunto extranacional de fenômenos sociais específicos e comuns a várias sociedades.” (ORTIZ, 1994a, p. 31) Em uma cultura mundializada, a civilização corresponderia a uma territorialidade que se globalizou, sem que isso signifique uma homogeneidade.

O autor admite a existência de uma standardização advinda de um industrialismo que penetra a esfera da cultura. “A fabricação industrial da cultura (filmes, séries de televisão, etc) e a existência de um mercado mundial exigem uma padronização dos produtos.” (ORTIZ, 1994a, p. 32) Mas alerta para uma diferenciação entre *pattern* e *standard*, esclarecendo que na língua inglesa, o primeiro seria o modelo cultural, e o segundo, aplicado a um processo de fabricação de objetos.

Partindo da antropologia, Ortiz expõe a existência de padrões determinados nas sociedades primitivas, como modelos e normas estruturantes das relações sociais. Onde a individualidade dos comportamentos estaria vinculada “[...] a este ‘fundo’ partilhado por todos.” (ORTIZ, 1994a, p. 32) Em nenhum momento se fazendo referência a uma standardização.

Padrão e standardização passam a ser identificados e ligados a uma ideia de homogeneidade dos costumes com o surgimento das sociedades modernas. Nestas, a autonomia e o industrialismo provocariam a especialização, e estas esferas especializadas se separam do restante da vida social. Fenômeno este, permeado pela racionalidade característica do mundo moderno. E nas sociedades de consumo, a padronização é fortemente identificada na produção serializada de artefatos culturais.

Mas mesmo existindo um padrão cultural que se torna hegemônico, isso não significa a uniformização. Ortiz identifica na cultura mundializada um padrão que denomina “modernidade-mundo”, possuidora de uma especificidade que funda “[...] uma nova maneira de ‘estar no mundo’, estabelecendo novos valores e legitimações.” (ORTIZ, 1994a, p. 33)

3.1 O CINEMA ATRAVÉS DO ATLÂNTICO

No caso da produção cinematográfica, os profissionais ligados ao setor já cruzavam o Atlântico nos primeiros anos da década de vinte. Técnicos e diretores alemães, por exemplo, passavam temporadas nos Estados Unidos da América e estabeleciam contatos com práticas mais objetivas às demandas econômicas envolvidas na produção de filmes.

Enquanto críticos mais tradicionais alemães viam a entrada dos filmes americanos (em grande volume a partir de 1921) no seu mercado interno como “[...] sinônimo de megalomania e ostentação” (BERGFELDER; HARRIS; STREET, 2007, p. 45), em 1923, o diretor artístico Kurt Richter, que trabalhava com o diretor Ernst Lubitsch, antecipava que em Hollywood havia um estilo e uma prática de conjunto (na área do design) responsivas às necessidades mercadológicas. Richter “[...] parecia acolher os avanços que estavam ocorrendo em Hollywood e via-os como um modelo

que as produções alemãs deveriam imitar.”⁷⁷ (BERGFELDER; HARRIS; STREET, 2007, p. 45)

Mas não eram apenas os alemães a demonstrar interesse no *know-how* norte-americano. A relação era recíproca, e entre 1921 e 22, a Famous Players-Lasky Corporation (Paramount) de Adolph Zukor faz proposta de aquisição de 51 por cento das ações da UFA, que declina. Ao mesmo tempo, representantes da Famous Player, motivados pelo sucesso do filme “Madame Dubarry” (1919) (Figura 16) e (Figura 17) nos Estados Unidos, buscam atrair os talentos reunidos que atuavam subordinados à UFA, na Union-Film. “Negociações com Paul Davidson, Ernst Lubitsch, a estrela Pola Negri, e o produtor e diretor Joe May, habilitaram financeiramente o time da Union-Film a se separar da Ufa. Eles fundaram a Europäische Film-Allianz em Berlim.”⁷⁸ (HARDT, 1996, p. 63)

Figura 16 - Material de divulgação do filme “Madame Dubarry



Fonte: Deutsche Kinemathek - Museum für Film und Fernsehen, Berlin.

Legenda: Imagem de divulgação do filme "Madame Dubarry" (1919) de Ernst Lubitsch - Deutsche Kinemathek.

⁷⁷ Tradução da autora: “[...] appeared to welcome the developments that were taking place in Hollywood and saw them as a model which German productions should emulate.”

⁷⁸ A experiência não foi bem sucedida e o director do núcleo Paul Davidson retorna a Union-Film e à Ufa, mas em condições restritivas.

Figura 17 - Material de divulgação do filme “Madame Dubarry”



Fonte: Deutsche Kinemathek - Museum für Film und Fernsehen, Berlin.
 Legenda: Imagem de divulgação do filme Madame Dubarry (1919) Ernst Lubitsch.

Em 1924 o diretor Fritz Lang e o produtor executivo Erich Pommer, então vinculados à UFA, viajam para os Estados Unidos para o lançamento do filme “Os Nibelungos” (*Die Nibelungen*, 1924). No início de 1926 Pommer chega aos EUA para atuar junto a Paramount. Seguem ele os diretores Ludwig Berger, Paul Leni, E.A. Dupont, Lothar Mendes e William Dieterle, além dos atores Conrad Veidt, Emil Jannings e Lya de Putti. (HARDT, 1996, p. 95)

Em 1927, o diretor F.W.Murnau assume contrato com a Fox e com ele, viaja o diretor de arte Rochus Gliese. Juntos eles filmam “Sunrise” (*Sunrise*, 1927). (Figura 18) (Figura 19) Em junho, a nota em Cinearte anuncia que Gliese

[...]antigo diretor da Ufa foi contratado por De Mille. Gliese foi diretor artístico de Lubitsch e Murnau na Alemanha. Acompanhou o último quando foi contratado pela Fox para dirigir Sunrise. Foi o autor também das montagens deste filme. (CINEARTE, 1º de junho de 1927, nº 66, p. 11)

No mesmo mês, a edição do dia 29, traz comentários sobre o trabalho de Gliese.

Em cima, os trens elevados passavam velozes. Nas fachadas dos principais edifícios, os letreiros luminosos cintilavam com uma nota de alegria na névoa da atmosfera. [...] Essa instalação feita para "Sunrise" da Fox, foi uma das mais vultuosas, senão a maior, jamais realizada no oeste. Uma vasta seção em Fox Hills, fora transformado em ruas de uma grande cidade cosmopolita por Rochus Gliese, o diretor artístico que viera em companhia do diretor alemão do filme, F.W. Murnau, para a América. (CINEARTE, 29 de junho de 1927, nº 70, p. 26)

Figura 18 - Equipe de "Sunrise" em Cinearte



Margaret Livingston, George O'Brien, Mr. Murnau e Janet Gaynor, director e artistas de "Sunrise", da Fox.

Fonte: Cinearte, 4 de maio de 1927, nº 62, p. 40. Hemeroteca Digital Brasileira.

Figura 19 - Equipe de “Sunrise” em Cinearte



Fonte: Cinearte, 4 de maio de 1927, nº 62, p. 40. Hemeroteca Digital Brasileira.

O ano de 1927 registra o maior número de contratações de estrangeiros para Hollywood nas páginas de Cinearte, no período analisado. O que, mais adiante veremos, tem relação direta com o advento do som no cinema. Mas nesse momento as incertezas ainda rondam o setor e a edição de abril registra que a Fox “[...] contratou os serviços do grande diretor Murnau por cinco anos. O diretor germânico acaba de dirigir Sunrise e só em outubro poderá iniciar o contrato pois até lá precisará completar um filme para a Ufa.” (CINEARTE, 6 de abril de 1927, nº 58, p. 9)

A movimentação de profissionais da Alemanha para os EUA, gera o comentário do chefe de departamento estrangeiro da Ufa, Kurt Hubert, que esteve no Rio de Janeiro em viagem de inspeção dos mercados mundiais e foi entrevistado por Cinearte. “Como se sabe os Estados Unidos vão buscar muitos dos nossos bons artistas, para a criação de suas películas, mas à medida que eles vão emigrando, novos vão aparecendo [...] Tal como os cogumelos.” (CINEARTE, 6 de abril de 1927, nº 58, p. 9) E confirmando as palavras de Hubert, na mesma edição consta a nota de que Hans Kraeby

[...] o extraordinário cenarista de Lubitsch em quase todos os seus filmes, inclusive “Old Heidelberg” e também os das irmãs Talmadge

nos seus últimos trabalhos, foi contratado pela Metro. Mais um elemento de valor que a mesma contrata!” (CINEARTE, 6 de abril de 1927, nº 58, p. 29)

E a Inglaterra não ficou de fora do assédio de Hollywood. Em agosto de 1927 foi a vez de Robert J. Flaherty

[...] o homem que produziu “Nanook do Norte” e “Moana”, dois filmes que causaram muitas discussões em vista do seu gênero, foi contratado pela MGM como diretor. A sua primeira produção será um filme sobre os mares do sul. Robert Flaherty sair-se-á melhor com artistas do que com indígenas e esquimós?” (CINEARTE, 3 de agosto de 1927, nº 75, p. 26)

Em meio a tanta movimentação, a formação de parcerias que se moviam em grupos em diferentes mercados era uma prática frequente no período. “Colaborações artísticas frequentemente se estendiam para além da produção de um único filme, resultando em equipes criativas fixas trabalhando em sucessivas produções. Não raro, cenógrafos com referenciais semelhantes, habilidades ou princípios estéticos formavam parcerias que, em alguns casos, se mantiveram por décadas.”⁷⁹ (BERGFELDER; HARRIS; STREET, 2007, p. 45)

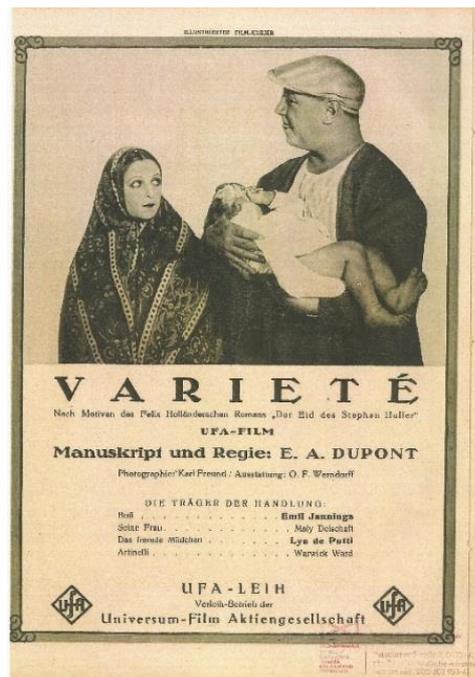
Os trabalhos de Jannings, Veidt e Putti em solo norte-americano são rapidamente reconhecidos, e chegam ao Brasil – muitas vezes antes dos filmes serem exibidos, através dos materiais de divulgação e da imprensa. Como se verifica na revista Fon-Fon, que, apesar de ser uma publicação de caráter literário, onde os contos e as publicidades ilustradas ocupam mais da metade das edições, destina ao cinema, no período estudado, um espaço variável, na seção “Sete dias no cinema”, com material de divulgação dos filmes que serão lançados pelas agências no país, na seção “Nos cinemas da avenida”, com comentários e cotação dos filmes em cartaz no Rio de Janeiro além de algumas notas sobre a indústria do cinema.

Em 1927, predominam nestes espaços os filmes norte-americanos. Os poucos filmes europeus comentados são, na maioria, de origem alemã. Em abril, a atriz Lya de Putti é notícia por estar em Hollywood para filmar para a Paramount, aumentando a colônia artística estrangeira em Hollywood. Segundo a nota, foi a participação de

⁷⁹ Tradução da autora: “Artistic collaboration frequently extended beyond the production of a single film, resulting in established creative teams working on successive productions. Not infrequently set designers with complementary backgrounds, abilities, or aesthetic principles formed partnerships that in some cases lasted for decades.”

Lya, ao lado de Emil Jannings em Varieté (Variété, 1925) de E.A. Dupont, que lhe abriu as portas da América. (Figura 20). “A vivida personalidade de Lya de Putti valeu-lhe em Hollywood um imediato triunfo pessoal, ela será sem dúvida uma das figuras mais pitorescas da colônia artística estrangeira na grande cidade de arte e de prazer.” (FON-FON, 02 de abril de 1927, nº 14, p. 54) (Figura 21)

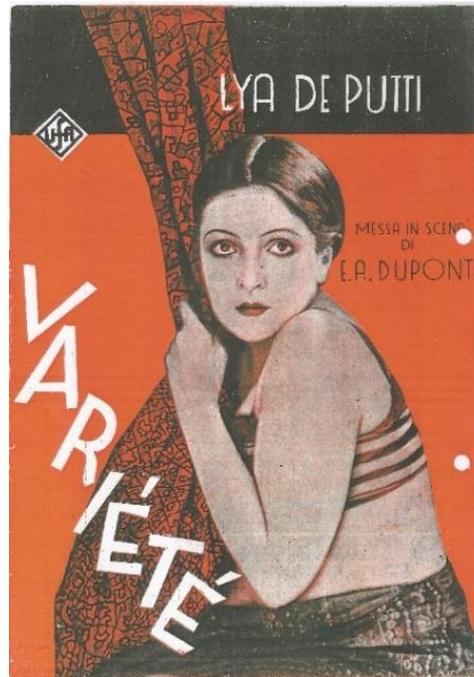
Figura 20 - Jannings e Putti em Varieté



Fonte: Deutsche Kinemathek - Museum für Film und Fernsehen, Berlin.

Legenda: Material de divulgação de Varieté (1925) E.A. Dupont, publicado no Illustrierter Film-Kurier.
 Lya de Putti e Emil Jannings.

Figura 21 - Lya de Putti em cartaz de Variété



Fonte: Deutsche Kinemathek - Museum für Film und Fernsehen, Berlin.
 Legenda: Material de divulgação de Variété (1925) E.A. Dupont.. Lya de Putti.

E é Emil Jannings que melhor encarna a ideia da competência e controle do ator europeu. Ele encontra em Hollywood uma excelente acolhida que se verifica ao longo de notas publicadas durante o período estudado, como na edição de outubro de 1927.

O filme de estreia de Emil Jannings nos Estados Unidos “The way of all Flash” da Paramount, marcou um sensacional sucesso artístico. Há já sete semanas que o filme se conserva no cartaz do Rialto de Nova Iorque. Variété foi exibido no mesmo cinema durante doze semanas.” (CINEARTE, 5 de outubro de 1927, nº 84, p. 19) (Figura 22)

Figura 22 - Colagem do material de divulgação de Varieté



Fonte: Deutsche Kinemathek - Museum für Film und Fernsehen, Berlin.

Legenda: Colagem de material de divulgação de Varieté (1925) E.A. Dupont, publicado no Illustrierter Film-Kurier. Lya de Putti e Emil Jannings.

Mas nem só de elogios vivem os profissionais e os filmes vindos da Alemanha. E "Varieté" (Figuras 20, 21 e 22 – material de divulgação) é alvo de críticas em relação a questões morais.

Muito dos sucessos dos filmes Alemães (em centros maiores e sofisticados) é o resultado das transgressões a esses códigos (morais). Os filmes alemães constituem uma novidade em termos de moralidade. Eles, não conhecendo os parágrafos destas leis dos filmes, vão sempre para o lado oposto e as violam todas as vezes que fazem um filme. Transgridem, na verdade, uma por uma as leis todas. 'Varieté', na sua versão original, mostra o herói abandonando sua esposa e filho para fugir com uma linda acrobata de circo. Não há sequer um detalhe que encubra estas relações ilícitas. O apostático herói beija as pernas de sua amante com sofreguidão inenarrável. A câmara nos leva, sempre que pode, ao quarto onde eles dormem. 'Varieté' é um estudo em sete atos de diferentes sombras da mais crua paixão. (CINEARTE, 5 de janeiro de 1927, nº 45, p. 20)

São filmes que, mesmo nas grandes cidades, deixavam os espectadores surpresos ao mesmo tempo que fascinados. Como no caso do filme "O Gabinete do Dr. Caligari", (Das Kabinett des Dr. Caligari, 1920), de Robert Wiene, primeiro filme

produzido na Alemanha a ser exibido em Paris após a I Guerra, em 1922. "Arquétipo de todos os filmes futuros do pós-guerra, 'O Gabinete do Dr. Caligari' (Das Kabinett des Dr. Caligari, 1920) provocou discussões apaixonadas". (KRACAUER⁸⁰, 1647/1988, p. 15) (Figura 23) (Figura 24")

Figura 23 - Foto do filme "O Gabinete do Dr. Caligari"

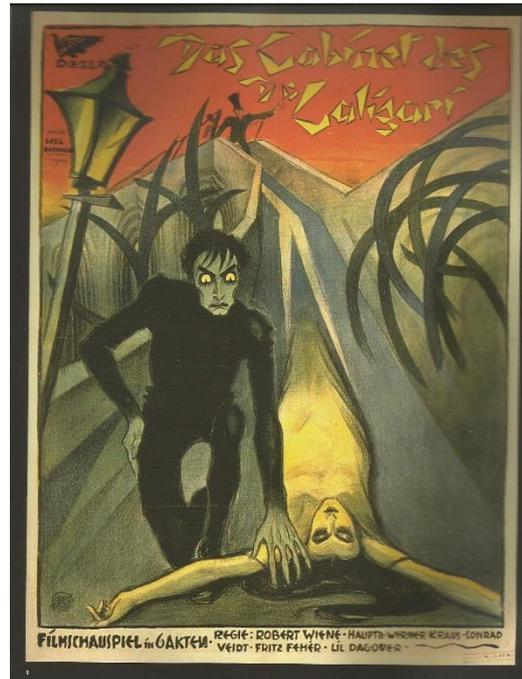


Fonte: Beil e Dillmann, 2010, p. 241

Legenda: Foto filme "O Gabinete do Dr. caligari" 1920, Robert Wiene.

⁸⁰ Sobre as obras acerca do Cinema de Weimar "De Caligari a Hitler" de Siefried Kracauer e "A tela demoníaca" de Lotte H. Eisner, algumas abordagens apontam que estes livros tornaram-se "[...] uma espécie de ritual obrigatório em estudos de Weimar filme citar e criticar esses dois textos famosos, e até mesmo cinco décadas depois de sua primeira publicação, suas abordagens continuam a dominar os debates sobre o assunto. De fato, como Thomas Elsaesser argumentou, 'os rótulos e os seus imaginários' de forma substancialmente definidos por Eisner e Kracauer ' agora pertencem aos filmes, e fazem parte da sua identidade na história do cinema ". (BERGFELDER; HARRIS; STREET, 2007, p. 32) Tradução da autora: "It has become something of an obligatory ritual in studies of Weimar film to cite and critique these two famous texts, and even five decades after their first publication, their approaches still dominate the debates on the subject. Indeed as Thomas Elsaesser has argued, the 'labels and their imaginaries' so substantially defined by Eisner and Kracauer's account 'now belong to the films, and are part of their identity for cinema history'. Christian Rogowski esclarece que estas abordagens correm o risco de restringir e confundir o Cinema de Weimar com o filme de arte de Weimar, e o filme de arte de Weimar com o Expressionismo. Ele observa que a produção do período é diversa e variada e que o Cinema de Weimar foi antes de tudo um cinema de gênero, impulsionado por preocupações comerciais." (ROGOWSKI, 2010, p. 2) Tradução da autora: "[...] was first and foremost a genre cinema, driven by commercial concerns."

Figura 24 - Cartaz do filme “O Gabinete do Dr. Caligari”



Fonte: Beil e Dillmann, 2010, p. 317.

Legenda: Foto filme "O Gabinete do Dr. caligari" 1920, Robert Wiene..2010. p.317

E sua exibição foi uma surpresa para a indústria do cinema local

[...] que tem sido descrita como ainda amarrada à pintura *trompe l'oeil* e às convenções do teatro *fin de siècle* e prisioneira de hábitos que datam da época em que a produção francesa era a mais significativa no mundo, a arte dos estúdios Ufa, [...] foi uma revelação.” (BERGFELDER; HARRIS; STREET, 2007, p. 45)⁸¹

Esta característica do mercado francês passa pelo entendimento da forma como a revista Fon-Fon se apresenta no período. Analisada junto à revista Cinearte, fica ainda mais clara a influência francesa na primeira e a dos EUA na segunda.

Enquanto Fon-Fon mantinha características da imprensa literária e buscava na França os referenciais de civilidade, Cinearte encarnava o ritmo e o estilo de vida norte americano. A disputa para definir qual país deveria ser modelo de influência a seguir já havia começado, e os editores de Cinearte foram rápidos em levantar a sua bandeira.

[...] até aqui temos nos caracterizado como um povo que somos absolutamente incharacterísticos. Vivemos até aqui, como aliás fazemos

⁸¹ Tradução da autora: “[...] that has been described as still tied to a *trompe l'oeil* painting and the conventions of *fin de siècle* theatre and a prisoner of habits that date from the time when French production was the most significant in the world, the artistic of Ufa studios [...] was a revelation [...]”

nossos pais portugueses, a sofrer a influência francesa, a macaquear os usos e costumes, a literatura, tudo enfim da França. Estamos a transferir este domínio aos Estados Unidos. Se de lá viera, ao menos um pouco desse espírito prático, utilitário do *yankee*, que é a arma com que domina e vence, se conseguirmos expelir as teias de aranha com que o século de influência francesa andou a enredar a nossa inteligência, teremos no fim de algum tempo de erguer um monumento ao cinematógrafo pelo grande benefício que nos prestou. (CINEARTE, 7 de dezembro de 1927, nº 93, p. 3)

Durante os seis anos analisados da Revista Fon-Fon, os contos publicados são, em sua maioria, de autores estrangeiros, onde prevalecem os franceses. Há, inclusive, publicidade de instituto de beleza escrito em francês, e as publicações trazem poesias em francês e espanhol.

Como visto anteriormente, ter a França como referência cultural segue uma tradição da elite brasileira. E o cinema aparece em contos que revelam práticas sociais das camadas superiores urbanas relativas ao ato de ir ao cinema.

Ah os mistérios das grandes cidades! Quando a criatura linda e moça atravessa a Avenida, entra numa casa de chá, faz o *footing* no Flamengo ou percorre os cinemas da moda, debaixo dos panos caros, elegantíssima, sorrindo para parecer aos outros venturosa [...] (FON-FON, 5 de janeiro de 1927, nº 45, p. 3)

O Maxixe, o Charleston, o Jazz e o Tango – que faziam sucesso em Paris antes da I Guerra, dão ritmo a muitos contos e versos das revistas. Em setembro, o texto “Elegância [...]” de Sergio Rubens, relata o charme característico da paulista, que é “[...] chic a valer! Tem um quê parisiense.” (FON-FON, 3 de setembro de 1927, nº 36, p. 32) Estas elegantes mulheres teriam conquistado pontos de frequência “[...] no que há de fino [...]em todo São Paulo.” (FON-FON, 3 de setembro de 1927, nº 36, p. 32) E o cinema consta dessa programação fina da Capital, com salas de exibição em locais privilegiados.

Também é de se ver a segunda sessão de sábado dos cinemas. Pelas nove horas a sala de espera regorgita de elemento feminino. Umas apresentam vestido cor de cereja e chapéus do mesmo tom. Outras aparecem de sapatos *décolté* e meias de seda japonesa. Uma rescende a delicioso perfume. Aquela usa os espelhos de cristal para a reclames de sua beleza [...] (FON-FON, 3 de setembro de 1927, nº 36 p. 32)

Portanto, não causa estranheza o diretor de Fon-Fon Sergio Silva viajar, com a família, para a Cidade Luz em junho de 1932. (Figura 25)

Figura 25 - O diretor Sérgio Silva viaja para Paris com a família



Fonte: Fon-Fon de 6 de junho de 1932, p. 24. Hemeroteca Digital Brasileira.

Legenda: Foto de Sergio Silva com a família. Flagrante do nosso prezado chefe e amigo Sr. Sergio Silva e sua Exma. Família na Capital francesa. [...] Sergio Silva é o da esquerda de sobretudo e chapéu.

E no caso da Cinearte, o destino ser [...] Hollywood. Para onde embarca o diretor Adhemar Gonzaga.

Para os Estados Unidos, a bordo do American Legion, partiu quarta-feira última, um dos diretores desta revista, Adhemar Gonzaga [...] Lá, analisando de perto o meio, poderemos verificar o que nos falta ainda para corresponder plenamente aos desejos do público Da sua viagem resultarão vantagens que se concretizarão em seções novas, no desenvolvimento do nosso noticiário e em nosso serviço de gravuras, pelo entendimento direto com os fornecedores do nosso mercado. (CINEARTE, 6 de abril de 1927, nº 58, p. 3)

A questão das viagens parece relevante, uma vez que, como exposto anteriormente, a circulação e troca de experiências é uma das características do cinema transnacional. Esses viajantes colocam “[...] em comunicação lugares que se encontram separados pelas distâncias e hábitos culturais [...]”, onde o viajante “[...] se

comporta como alguém que aproxima unidades heterogêneas [...]” (ORTIZ, 1994b, p. 32)

Em junho de 1927 o editorial de Cinearte traz as primeiras notícias da viagem de Adhemar Gonzaga, que passou alguns dias em Nova Iorque antes de se dirigir a Hollywood. No texto, consta que o editor visitou estúdios na capital do cinema na costa Leste e assistiu a filmes e estreias em grandes cinemas como o Paramount e o Roxy onde “[...] observou os processos de apresentação das grandes produções [...] estudou as organizações orquestrais, o Vitaphone e outras novidades.” (CINEARTE, 1º de junho de 1927, nº 66, p. 3)

Da viagem, ficou o compromisso de envio de matérias sobre os

[...] Interesses das fábricas americanas no Brasil – O nosso mercado – Providências necessárias à sua defesa – Opiniões de alguns cinematografistas notáveis – O Capitol e os novos cinemas da Paramount e o Roxy – Como se apresentam os grandes filmes – Os serviços internos dos grandes cinemas – O que podemos realizar dentre os nossos recursos – As cabines de projeção – Uma visita aos estúdios Cosmopolitan e Tec Arts – Observações para os produtores brasileiros [...].(CINEARTE, 1º de junho de 1927, nº 66, p.3)

Mas Adhemar Gonzaga não é o único a ter acesso ao universo cinematográfico dos EUA à época, e Cinearte apresenta histórias de outros brasileiros que viveram experiências junto à indústria do cinema *yankee*. Como o caso de Synesio Marianno de Aguiar, ou Syn de Conde. Syn era paraense, filho de um senador que se formou naturalista e foi para os Estados Unidos continuar os estudos.

Através de um círculo de amigos de diferentes nacionalidades acaba em um estúdio e participa de distintas produções fazendo pequenas participações. A edição da primeira semana de junho dedica quatro páginas à história do ator. E a matéria termina levantando a possibilidade de Syn dividir os seus conhecimentos adquiridos com as equipes nacionais. (Figura 26)

Figura 26 - Syn de Conde na “Avenida” do Rio de Janeiro



Fonte: Cinearte, 3 de agosto de 1927, n. 75, p.7. Hemeroteca Digital Brasileira.
Legenda: Syn de Conde

Alberto Cavalcanti também tem espaço em Cinearte (Figura 27) que publica fotos do diretor em cena e notas sobre as suas atividades em Paris e a pergunta: “Quando Alberto virá trabalhar no Brasil?”⁸²

⁸² Em 1951 Getulio Vargas convida Alberto Cavalcanti para avaliar a situação do cinema no Brasil. Cavalcanti forma um grupo de estudos e elabora a proposta de criação do Instituto Nacional do Cinema. Sobre a tramitação do projeto ver a obra de Anita Simmis “Estado e Cinema no Brasil”.

Figura 27 - Alberto Cavalcanti filma em Paris



Fonte: Cinearte, 7 de setembro de 1927, ano II, nº 80, p.23. Hemeroteca Digital Brasileira.
 Legenda: Um diretor brasileiro em Paris - Fotos de Alberto Cavalcanti durante filmagens na capital francesa.

Em 1927, L.S. Marinho, representante da Cinearte em Hollywood, assinava matérias sobre as filmagens, atores e atrizes. É dele o texto de outubro sobre a presença de brasileiros na meca do cinema. (Figura 28)

Figura 28 - A atriz brasileira Lia Torá



Fonte: Cinearte, 2 de fevereiro de 1927. Hemeroteca Digital Brasileira.
Legenda: Lia Torá

O elemento brasileiro está invadindo Hollywood [...] dos novos elementos que vão surgindo aqui já se apresentam com visualizações de êxito Lia Torá, Olympio Guilherme, Mario Marano e agora um novo astro patricio posando na First National. (CINEARTE, 5 de outubro de 1927, nº 84, p. 10)

A matéria é sobre Paulo Portanova, paulista filho de imigrantes italianos que estava há um mês em Hollywood. Na narrativa, L.S. Marinho informa que Portanova não dominava o inglês, mas estava muito satisfeito e que algumas portas haviam sido abertas através de uma carta de um banco de Nova Iorque que emprestava dinheiro aos estúdios. No momento da entrevista, Portanova participava de uma filmagem da First National.

Neste texto, percebe-se o tom otimista com que os integrantes da equipe de Cinearte viam as possibilidades da produção de filmes no Brasil. Em uma passagem o autor afirma que “[...] no mundo inteiro, a não ser talvez agora, o cinema Russo, que é encarado com certo receio, nenhum outro país tem a compreensão e as possibilidades da Sétima Arte como o Brasil.” (CINEARTE, 5 de outubro de 1927, nº 84, p.10)

Enquanto Cinearte se empenhava no projeto da Indústria Cinematográfica brasileira e defendia a produção de filmes com uma imagem positiva do país para o estrangeiro “[...] evitando a formação [...], de um falso juízo sobre o Brasil por via de assuntos mal escolhidos, de cenas que nos mostram sob aspectos desfavoráveis.” (CINEARTE, 2 de janeiro de 1929, nº 149, p. 3), algumas produções saíam do idílio da propaganda. E causavam mal estar nas plateias pela realidade retratada.

E foi na Fon-Fon, onde predominavam os relatos sobre a elegância na frequência das salas de cinema, que o texto “As favelas da cidade”, publicado em fevereiro de 1927, assinado por Jacintho, relatou a exibição de filme natural com imagens das favelas em torno da Capital Federal. O evento foi em um cinema central do Rio de Janeiro, para um público convidado.

O autor conta que entrou animado na exibição, pensando tratar-se de paisagens naturais, sol e céu azul. Mas que saiu “[...] com um peso no coração, triste, acabrunhado, envergonhado.” (FON-FON, 5 de fevereiro de 1927, nº 6, p. 40) A fita era “[...] um espelho que refletia o descaso dos nossos governantes, amostra viva dos erros dos nossos políticos, embebidos sempre em campanhas sem ideais.” (FON-FON, 5 de fevereiro de 1927, nº 6, p. 40)

A plateia teria ficado em silêncio em uma apresentação sem acompanhamento de música, o que foi, de acordo com o autor, o mais apropriado. Segundo ele, a boa qualidade das imagens mostrava estradas novas sendo abertas nos morros e, nas margens destes, os casebres dos moradores. “Pardieiros, casebres, barracões, habitações coletivas [...] crianças nuas, mulheres vestindo farrapos sujos, homens raquíticos depauperados vivendo como animais em simples chiqueiros ou currais sob uma folha de zinco [...]” (FON-FON, 5 de fevereiro de 1927, nº 6, p. 40)

O contraste entre o luxo restrito e a miséria imperante, em um olhar direto para a realidade brasileira à época, que não era comum nem bem-vindo. Quando o que

predominava era o horizonte fora do país, em busca de exemplos e aprovação no exterior, em um universo restrito e urbano.

O que se confirma no texto de Cinearte sobre as filmagens feitas por uma atriz romena, Erine Gheorghide, de passagem pelo Brasil. O material foi entregue a Beneditti Films, incumbida da montagem. Sobre as cenas, o autor diz que algumas coisas puderam ser aproveitadas sem ser motivo de vergonha, e afirma que a revista não é contra os filmes naturais, apenas à forma como alguns retratam o Brasil.

De que servem os milhares de metros impressos com as vistas mais torpes dos nossos sertões, de índios, de “realizações” e quantos dormentes existem nos leitos das estradas de ferro? [...] Que adiantamento trarão à nossa Filmagem Arte? Que recomendação de nós darão ao estrangeiro que os vir? (CINEARTE, 6 de abril de 1927, nº 58, p. 5)

Ao final, o redator se mostra aliviado pois foram filmados o Pão-de-Açúcar, o Corcovado, as Ilhas, o porto, a Avenida dos cinemas e a Praça Marechal Floriano. A mesma sorte não teve, na avaliação publicada na seção “Cock Tail”, o filme natural “Mato Grosso Expedition”, realizado pelo norte-americano David Newell. Segundo o autor da nota, este seria mais um filme “[...] que vai mostrar negros, feras e [...] outras contrariedades para nós Brasileiros. Naturalmente não será aqui exibido e, sim, pelo resto do mundo.” (CINEARTE, 7 de outubro de 1931, nº 293, p. 17)

A rejeição aos filmes naturais que mostrariam um Brasil desconhecido fica ainda mais explícita na seção “O que se exhibe no Rio” de fevereiro de 1928, quando está em cartaz o filme “Nos sertões do Brasil”.

Oh má hora que o General Rondon se lembrou de chamar a atenção para os nossos índios por intermédio do cinema. [...] Filmes como “Nos sertões do Brasil” constituem um abuso inqualificável. Já chega! [...] Já conhecemos demais o “Brasil desconhecido” na frase clássica de todos os anúncios de filmes do gênero. Já estamos fartos de ver jacarés, garças e toda a fauna do Amazonas, Mato Grosso e Goiás. [...] Precisamos é fazer cinema de verdade, não álbuns de vistas cinematográficas. (CINEARTE, 1º de fevereiro de 1928, nº 101, p. 28)

É interessante acompanhar junto às revistas, como se desenvolve o pensamento sobre o que seria o Brasil. Às vezes em uma mesma edição são publicadas posições contrárias, revelando uma busca por uma identidade que não sabe qual caminho seguir. Na tentativa de explicar tal confusão, em maio de 1929, a revista Fon-Fon, na nota “Erro de apreciação” da seção “Painel e Azulejos”, argumenta

que no Brasil é comum aos inúmeros críticos a rejeição a tudo o que é brasileiro. A tal ponto que “[...] para se acreditar um produto da nossa própria indústria é necessário mascará-lo de exótico.” (FON-FON, 4 de maio de 1929, nº 18, p. 40)

A justificativa seria que na época do Brasil Colônia, o que era bom vinha do reino. Durante o Império e a República, “[...] só o que é estrangeiro vale.” (FON-FON, 4 de maio de 1929, nº 18, p. 40) E que disso derivaria o hábito do brasileiro falar mal de si. Para o autor, tudo se resumiria a um erro de visão onde conclui que o brasileiro “[...] entende de apreciar o Brasil não como ele em verdade é, porém como o seu raciocínio queria que fosse[...].” (FON-FON, 4 de maio de 1929, nº 18, p. 40)

A forma como termina a passagem é indicativa do pensamento da época ligado ao progresso como forma de civilização, onde o moderno é o carro chefe. Esta visão do “vir a ser”, que como vimos, acompanha o projeto do cinema brasileiro na época, faz sentido se pensarmos a questão da identidade nacional como proposto por Renato Ortiz na obra “Cultura brasileira e identidade nacional”.

A própria escolha de obras dos autores Nina Rodrigues, Euclides da Cunha e Sílvio Romero, para o desenvolvimento de sua análise, parecem apropriados por terem sido escritos em períodos próximos ao aqui estudado. Ainda na introdução, Ortiz coloca que, após a superação do pensamento romântico, por volta de 1870, junto à intelectualidade brasileira da época, as correntes posteriores seguiram “[...] as vertentes do positivismo de Comte, o darwinismo social e evolucionismo de Spencer.” (ORTIZ, 1985, p. 14)

Todas correntes desenvolvidas na Europa onde a evolução histórica dos povos era a questão central, o que, politicamente, implicava uma tomada de consciência da elite europeia de seu poder a partir da consolidação da “[...] expansão mundial do capitalismo.” (ORTIZ, 1985, p. 14) De onde o pensar a partir do prisma do evolucionismo legitimaria “[...] ideologicamente a posição hegemônica do mundo ocidental.” (ORTIZ, 1985, p. 15)

Esse pensamento naturalizaria a “superioridade” da civilização europeia, mas sua adoção pela intelectualidade de um país periférico carrega problemas, uma vez que aceita-lo era assumir-se como estando em um estágio “inferior” em relação aos países centrais. O “atraso brasileiro passa a ter que ser explicado e faz-se necessário, também, apontar para um futuro próximo, ou remoto, a possibilidade de o Brasil se constituir enquanto povo, isto é, como nação.” (ORTIZ, 1985, p. 15)

Assim, o “[...] dilema dos intelectuais desta época é compreender a defasagem entre teoria e realidade, o que se consubstancia na construção de uma identidade nacional.” (ORTIZ, 1985, p. 15) Tal situação gera uma dualidade perceptível nos posicionamentos expressos nas revistas Fon-Fon e Cinearte e refletem o impasse de se buscar “[...] uma identidade de um Estado que ainda não é.” A fase analisada se encontra, pode-se dizer, no crepúsculo de um largo período de transição, quando o fim do regime escravocrata e o surgimento de uma classe média “[...] ainda não tinham se consolidado no interior de uma nova ordem social.”

Mas é interessante pensar que, enquanto no Brasil buscávamos explicações para o papel que ocupávamos nos cenários interno e externo, as imagens que os filmes naturais produzidos no período traziam impressas serviam, não apenas para uma plateia nacional curiosa (ou não) por conhecer seu território, mas para alimentar o discurso evolucionista fora das fronteiras do país.

Tomando-se como exemplo a França, no período entre guerras, os filmes feitos em locações naturais estrangeiras faziam sucesso junto ao público em geral, e à classe trabalhadora, que não tinham como hábito as viagens internacionais de lazer e nem as condições para isso. Na virada dos anos 20 para a década de 30 o país recebe um grande volume de imagens de terras estrangeiras, não apenas pelo cinema - o que viria a fortalecer um pensamento colonial, não oficialmente assumido.

O público francês estaria “[...] bem familiarizado com a ideia do exótico estrangeiro através do aparato nacional civil e militar, bem como através de uma variedade de mídias.”⁸³ (BERGFELDER; HARRIS; STREET, 2007, p. 199) Assim, o

[...] argumento de que a cultura francesa foi sustentada por um “inconsciente colonial” no período entre-guerras é confirmado por extensos vestígios iconográficos do que ficou conhecido como *la plus grand France* ou a “Grande França” na cultura da França continental, particularmente em termos de produtos de consumo corrente.⁸⁴ (BERGFELDER; HARRIS; STREET, 2007, p. 31)

Se na França se consolidava um “inconsciente colonial”, no Brasil, os grupos ligados às revistas analisadas não chegavam a um consenso sobre o rumo a ser tomado, e a existência de um discurso uníssono era como uma miragem.

⁸³ Tradução da autora: “[...] well acquainted with the idea of exotic foreign through the apparatus of national and civil service, as well as through a range of media.”

⁸⁴ Tradução da autora: “[...] argument that french culture was underpinned by a colonial unconscious in the inter-war period is confirmed by extensive iconographic traces of what was known as *la plus grande france* or *greater france* in French mainland culture, particularly in terms of everyday consumables.”

As interpretações dos estrangeiros do nosso país eram, muitas vezes, mal recebidas e interpretadas. Como na publicidade da Paramount de 1928, publicada na revista *Saturday Evening Post*, de junho de 1928, com tiragem nos EUA, segundo editorial de *Cinearte*, de 3 milhões e meio de exemplares, que estereotipava as distintas nacionalidades dos seus mercados consumidores, e reunia toda a América Latina em um só país – no caso o Brasil.

“Chimborazos” altíssimos dos Andes coroados de neve. D. Quixote sem a armadura a desfilarm com seu Rocinante e por baixo de um telheiro armado o que parece ser uma vassoura [...] um cidadão de bigodes a húngaro ou a chinesa, face chupada como um maracujá murcho e um “sombbrero” de copa altíssima [...] na mão um cigarro ou um charuto deste tamanho enrolado num poncho de listras.

Este brasileiro resmunga:

Se é um filme da Paramount é o favorito do público. [...]

Que diabo! Mr. Hoover já descobriu o Brasil. Por que a Paramount não descobre pois também o Brasil? (*CINEARTE*, 6 de março de 1929, nº 158, p.3)

Mas se o ex-presidente Hoover já havia descoberto o Brasil, e a Paramount insistia em estereótipos, alguns formadores de opinião nacionais não estavam conformados com o destino que a natureza impingia ao país. Ao afirmar que o Rio de Janeiro jamais seria uma Monte Carlo, por não apresentar opções de divertimento que fossem além do futebol e do cinema, e um clima, no inverno mais próximo ao verão, na revista *Fon-Fon* o autor, que assina como Astaroth, lamenta o fato de não termos uma estação do ano elegante como o inverno, mas diz que, se o turista quiser ter alguma certeza de elegância, ele a encontrará na forma de se vestir das pessoas que circulam na Avenida Central.

Ele (o turista) verá senhoras cobertas de “fourrures” com arminhos e luvas de lã, “renards” ao pescoço, capotes de astrakan, e vestidos de gabardine, de veludo e etc.; verá os cavalheiros com chapéus de feltro, “cache-nez”, “sweeter” de lã, polainas e sobretudo siberianos. (*FON-FON*, 5 de julho de 1930, nº 27, p.6) (Figura 29)

Figura 29 - Sobretudos em São Paulo



Fonte: Fon-Fon, 2 de junho de 1928, nº 22, p. 46. Hemeroteca Digital Brasileira.

Legenda: Festa de comemoração do 20º aniversário de fundação do Asilo para filhos de tuberculosos pobres em Bragança, São Paulo.

Astaroth escreve que o turista pode se surpreender - por não entender que estas pessoas adoram a neve de Paris, Londres, Sibéria e Canadá. E seguem de perto as tendências de Paris e Londres.

O Rio coberto de neve, o Corcovado tocado de branco e a Guanabara invadida pela “puré de pois”, os nossos elegantes patinando nos lagos do jardim da praça da República ou escorregando no “verglas” das calçadas; os skys e os “bobsleighs” cortando as ruas cobertas de um lençol alvo e os automóveis fazendo arabescos com as “derrapages”. Isto seria podre de chic. (FON FON, 5 de julho de 1930, nº 27, p.6)

Em seguida o autor admite que tal idílio seria impossível e que o Rio estaria fadado aos invernos africanos. Por isso, segundo ele, o Rio jamais seria uma cidade elegante, nem de turismo. E conclui que, quando o turista, regressar à casa e disser o que viu no “país dos selvagens”,

[...] quando nos chamar de “macaquitos” e outras coisas mais ou menos semelhantes, nós aqui vibraremos de indignação e diremos que todos esses estrangeiros “que fazem a América” tem o mau hábito e a má educação de falar mal do Brasil. (FON- FON, 5 de julho de 1930, nº 27, p.6)

Com relação ao cinema, e a imagem que este poderia criar do país, a posição da Fon-Fon se apresenta oposta à defendida pela equipe de Cinearte, mas, de certa forma, também distante da realidade do Brasil. Em setembro de 1929, um comentário sobre filme da Metro, desencadeia uma reflexão reveladora sobre o que seria interessante o cinema brasileiro ressaltar. A partir da época [...] do Brasil-Colônia [...]

[...] com as suas figuras históricas, com seus episódios emocionantes, com suas situações patrióticas do maior relevo artístico. Pensamos ainda como isso será belo no dia em que o cinema nacional se libertar da imitação norte-americana, com as suas beijocas e as suas futilidades a que o levam espíritos incultos e antipatrioticamente norte-americanizados. (FON-FON, 7 de setembro de 1929, nº 36, p. 68)

Nem o Brasil-Colônia, nem o Brasil “desconhecido”. No mesmo mês, do mesmo ano do comentário acima descrito, a equipe de Cinearte levanta, com restrições, a bandeira branca aos filmes naturais. E a produção responsável por tal posicionamento é “São Paulo, a Sinfonia da Metrópole”, de Rodolpho Lustig e Adalberto Kemeny, em uma clara alusão ao filme, que o tempo tornou um clássico do cinema alemão e mundial, “Berlim – a Sinfonia da Metrópole” (Berlin: Die Sinfonie der Grossstadt, 1927) de Walter Ruttmann. (Figura 30)

Figura 30 - Material de divulgação de “Berlin – Die Sinfonie der Grosstadt”



Fonte: Deutsche Kinemathek - Museum für Film und Fernsehen, Berlin.

Legenda: Material de divulgação de Berlin - Der Sinfonie der Grosstadt, (1927) Walther Ruttmann, que inspira São Paulo – Sinfonia da Metrópole (1929) Rodolpho Lustig e Adalberto Kemeny.

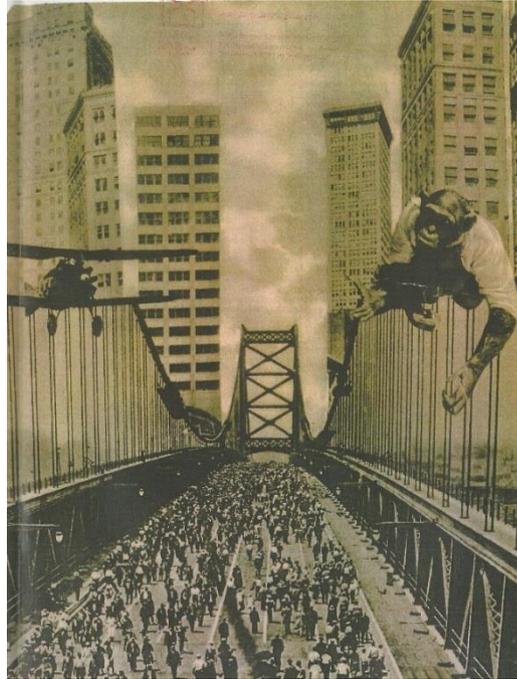
O reconhecimento do valor do trabalho, que apresenta um dia na cidade de São Paulo (moderna), é explícito, como está registrado no comentário sobre os filmes em exibição no Rio de Janeiro em outubro de 1929.

[...] temos em exibição três filmes nossos, “Acabaram-se os Otários”, “Veneno Branco e “São Paulo, Sinfonia da Metrópole”, sendo que este último, como filme natural, é um dos melhores produzidos no mundo. Só comparável a “Chang”⁸⁵ e a “Berlim – sinfonia da Metrópole”, em que, aliás, foi calcado. (CINEARTE, 2 de outubro de 1929, nº 188 , p. 5)

Tamanha aceitação ao filme, se justifica já no título, com a palavra “metrópole”, que vai ao encontro dos profundos anseios dos defensores do cinema que editam Cinearte, de um país moderno, avançado, industrial. Em compasso com as metrópoles ocidentais Berlim, Nova Iorque, Londres, Paris. (Figura 31)

⁸⁵ “Chang” é um documentário, filme natural, da Paramount de 1927 que mostra as florestas do Sião. Foi dirigido por Merion Cooper e Ernest Schoedsack exibidos no Rio de Janeiro nos cinemas Imberio e Capitólio em outubro de 1927. Na avaliação publicada na sessão “Tela em Revista”, o filme pode “[...] ser comparado a ‘Nanook’.”, em referência ao documentário que veio a ser um clássico, do inglês Robert Flaherty. (CINEARTE, 5 de outubro de 1927, nº 84, p. 8)

Figura 31 - Material de divulgação de “Berlin – Die Sinfonie der Grosstadt”



Fonte: Deutsche Kinemathek - Museum für Film und Fernsehen, Berlin.

Legenda: Material de divulgação de Berlin - Der Sinfonie der Grosstadt, (1927) Walther Ruttmann, que inspira São Paulo – Sinfonia da Metrópole (1929) Rodolpho Lustig e Adalberto Kemeny.

Mas a escolha dos próprios diretores do filme é representativa para o presente estudo. Uma vez que “Berlim, sinfonia da Metrópole” reúne um rol de fatores presentes no cinema transnacional. E indica a existência, no Brasil do período, de um circuito – mesmo que periférico, deste processo.

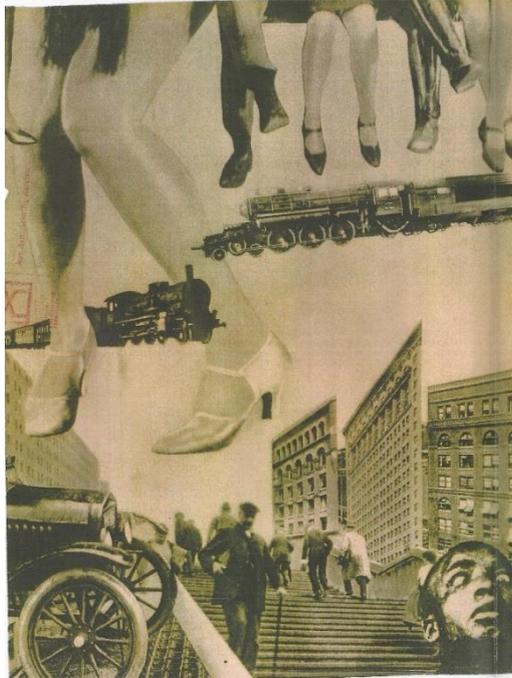
No comentário que acompanha a exibição do filme, o autor escreve: “A cidade ao amanhecer está estupendamente fotografada. De certos ângulos da cidade são admiráveis. [...] Lustig mostra que tem adiantados conhecimentos do que se chama um filme moderno.” (CINEARTE, 2 de outubro de 1929, nº 188, p. 31)

Não consta, no período pesquisado, na programação das revistas analisadas, a exibição do filme que inspirou Lustig e Kemeny a fazerem “São Paulo, sinfonia da Metrópole” no Brasil mas, de alguma forma, os diretores tiveram acesso à obra de Ruttmann. Aliás, atribuir somente a Ruttmann a confecção do filme seria uma atitude reducionista da sua magnitude.

“Berlim, Sinfonia da Metrópole” teve o roteiro elaborado a quatro mãos, por Ruttmann e Karl Freund, a partir de uma ideia de Carl Meyer. Todos nomes reconhecidos do cinema à época para além das fronteiras alemãs. A música, especialmente confeccionada para o filme, é de Edmund Meisel, e tem um papel de

destaque no filme que, como o título já reivindica, trata do ritmo de um dia na cidade de Berlim. (Figura 32)

Figura 32 - Material de divulgação de “Berlin – Die Sinfonie der Grosstadt”

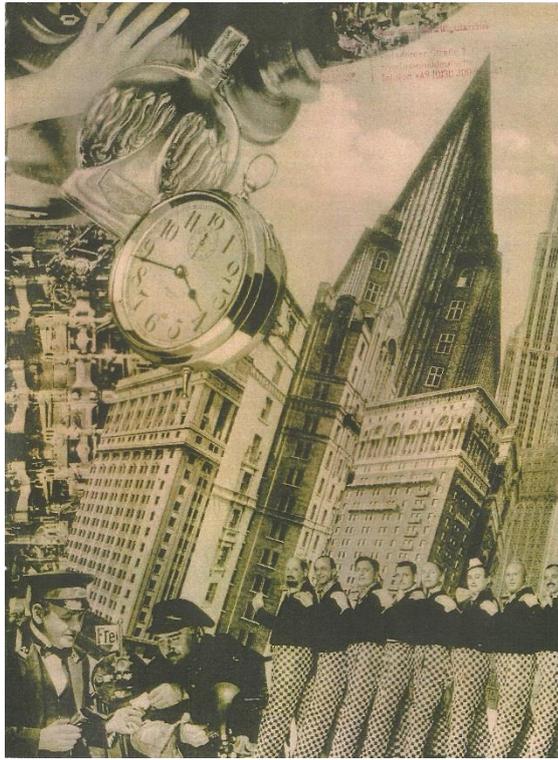


Fonte: Deutsche Kinemathek - Museum für Film und Fernsehen, Berlin.

Legenda: Material de divulgação de Berlin - Der Sinfonie der Grosstadt, (1927) Walther Ruttmann, que inspira São Paulo – Sinfonia da Metrópole (1929) Rodolpho Lustig e Adalberto Kemeny.

“Berlim, [...]” começa com um trem que aos poucos diminui o ritmo ao entrar na estação. A partir daí tem início uma sucessão de imagens que mostram a cidade vazia, invadida pelo vento, com folhas de jornais a voar, e aos poucos as pessoas chegando, na rotina do trabalho, do horário, da produção, dos escritórios e fábricas. A hora do almoço. A confecção dos objetos. Até o cair da noite, e as luzes noturnas e a vibração da noite tomarem conta com a aceleração da montagem. (Figura 33)

Figura 33 - Material de divulgação de “Berlin – Die Sinfonie der Grosstadt”



Fonte: Deutsche Kinemathek - Museum für Film und Fernsehen, Berlin.

Legenda: Material de divulgação de Berlin - Der Sinfonie der Grosstadt, (1927) Walther Ruttmann, que inspira São Paulo – Sinfonia da Metr pole (1929) Rodolpho Lustig e Adalberto Kemeny.

Walther Ruttmann, juntamente com Hans Richter e Viking Eggeling, originaram um estilo de realiza o que ficou conhecido como * ptische Musick* - “música  tica” ou “música visual”. Apesar de o meio, em alguns circuitos do início dos anos 20, já ser denominado como “the music of light” - “a música da luz”, os filmes concebidos por estes três diretores concediam   música uma qualidade ainda mais pronunciada.

Mesmo na atmosfera experimental inebriante que cercava a produ o de filmes no início da Alemanha de Weimar, Walther Ruttmann *Lichtspiel Opus 1*, (Filme Opus 1), Hans Richter *Rhythmus 21* (Rhythm 21), e Viking Eggeling *Symphonie Diagonale* (Sinfonia Diagonal) foram *avant-garde*.  s vezes sendo chamado como um tipo de “filme absoluto”, eles se absteram de elementos narrativos ou mesmo de representa es figurativas. (WESTERDALE, 2010, p. 153)

Ruttmann, começa sua carreira como pintor, e antes de chegar ao cinema, sofre influência da pintura abstrata e não figurativa, fortemente associada   música e   obra Wassily Kandinsky. Richter   um pintor alemão que, em 1916, viaja para

Zurique e se une ao movimento Dadaísta, onde conhece, através do fundador do movimento, Tristan Tzara, o suíço Eggeling, também pintor e ligado aos trabalhos de Kandinsky. Eggeling tinha como projeto criar uma linguagem gráfica universal “[...] como a língua ‘transnacional’ dos poetas “dada” Tzara, Hugo Ball, Richard Huelsenbeck, e outros regulares Cabaret Voltaire, que superou as fronteiras nacionais linguisticamente definidas exploradas na Primeira Guerra Mundial.” (WESTERDALE, 2010, p.155)⁸⁶

Walter Benjamin, através do dadaísmo, mostra como indagações inovadoras abrem o futuro aos nossos olhos e geram espaço para compreensões que ultrapassam seu próprio propósito. Em sua forma ensaística, coloca o dadaísmo como uma espécie de “campo de treino” para a fruição do cinema onde

[...] a diversão tornou-se um exercício de comportamento social. Suas manifestações, com efeito, produziram uma divergência muito violenta, fazendo-se da obra de arte um objeto de escândalo. O intento era, antes de tudo, chocar a opinião pública. De espetáculo atraente para o olho e de sonoridade sedutora para o ouvido, a obra de arte, mediante o dadaísmo, transformou-se em choque. Ela feria o espectador ou o ouvinte; adquiriu poder traumatizante. E, dentro disso favoreceu o gosto pelo cinema, que também possui um caráter de diversionismo pelos choques provocados no espectador devido às mudanças de lugares e ambientes. [...] (BENJAMIN, 1980, p. 24)

Como referido, no caso de “Berlim [...]”, os artistas ligados ao movimento da “música ótica” e do “filme absoluto” vinham da pintura e estavam ligados à música. A primeira trabalhava o espaço, a segunda, o tempo. O cinema chega como uma resposta ao dilema que há muito frustrava alguns pintores, que era como introduzir o elemento do tempo na pintura. (WESTERDALE, 2010)

Os autores Tim Bergfelder, Sue Harris e Sarah Street, ao abordarem a obra clássica sobre o cinema alemão, “A tela demoníaca”, de Lotte Eisner, indicam como Eisner, ao tentar fazer uma retrospectiva unitária e construir uma identidade nacional para a cinematografia alemã dos anos 20, aponta em seus estudos para o fato de o cinema de Weimar ser profundamente eclético e cosmopolita. Segundo eles, Eisner percebeu

[...] o impacto do movimento *Neue Sachlichkeit* (nova sobriedade) na segunda metade da década de 1920, especialmente sobre os filmes

⁸⁶ Tradução da autora: “[...] like the “transnational” language of dada poets like Tzara, Hugo Ball, Richard Huelsenbeck, and other Cabaret Voltaire regulars, overcame linguistically defined national borders exploited in the First World War.”

de GW Pabst e Walter Ruttmann. Reconhecer essas influências, no entanto, só salienta o quanto estas práticas modernistas corresponderam à evolução de movimentos artísticos e políticos em diferentes lugares, principalmente nos da Rússia. Esse intercâmbio transnacional, por sua vez fica deslocado junto à genealogia mais estritamente nacional que Eisner constrói em algumas partes do seu livro, que insiste em uma suposta unicidade da sensibilidade cultural alemã. (BERGFELDER, HARRIS, STREET, 2007, p. 34)⁸⁷

Interessante observar que as relações não terminam aí, pois, como destaca Westerdale (2010), o filme alemão tem uma antiga associação com a música, tendo o nome do filme “Nosferatu” (1922) de Murnau, sido primeiramente concebido como “Uma sinfonia do horror” (Eine Symphonie des Grauens) e posteriormente Sunrise (1927) que, a princípio tinha o título de “Uma canção de duas pessoas”.

Mas mesmo Ruttmann tendo um princípio relacionado à pintura e à dança, aos poucos a música ganha força no seu trabalho, o que fica claro quando ele explica ao jornal Film-Kurier, quais eram suas intenções com “Berlin – sinfonia da Metrópole”.

Sua primeira intenção, explica ele, é explorar o que ele considera a objetividade descompromissada do filme para gravar o comportamento de pessoas que não percebem que estão sendo filmadas. Sua segunda é pegar este material e submete-lo a uma [...] organização estritamente temporal de acordo com princípios musicais rigorosos [...]; Esta agenda sinaliza uma mudança sutil, mas fundamental para seus objetivos artísticos.⁸⁸ (WESTERDALE, 2010, p. 161)

Antes disso, em 1925, Ruttmann participa da programação elaborada por arquitetos e artistas radicais do chamado “Grupo de Novembro”⁸⁹ (Novembergruppe) em conjunto com a Ufa, de uma matiné intitulada “Filme absoluto” (Der absolute Film). Nestes filmes, o abstrato é buscado em manifestações concretas, enquanto a música

⁸⁷ Tradução da autora: “[...] the impact of the Neue Sachlichkeit (new sobriety) movement in the later half of the 1920s, especially on the films of G.W. Pabst and Walter Ruttmann. Acknowledging these influences, however, only underlines how much these modernist practices corresponded to artistic and political developments and movements elsewhere, most notably those in Russia. Such transnational exchange in turn sits awkwardly alongside the more narrowly national genealogy Eisner constructs elsewhere in her book, which insists on supposedly unique German cultural sensibility.”

⁸⁸ Tradução da autora: “His first intentions, he explains, is to exploit what he considers film's uncompromising objectivity to record the behavior of people who don't realize they are being filmed. His second is to take this material and submit it to the ‘straffste Organisation des Zeitlichen nach streng musikalischen Prinzipien’ (strictest organization of the temporal according to rigorous musical principles; ‘Der neue Film,’ 80) This agenda signals a subtle yet fundamental shift in his artistic objectives.”

⁸⁹ O “Grupo de Novembro” foi criado em dezembro de 1918 e passou por distintas fases. Na época do evento “O Cinema Absoluto”, em 1925, os integrantes do grupo se reuniam semanalmente e as manifestações artísticas algumas vezes provocavam reações de rejeição tanto da crítica quanto do público. (SHEBERA, 2000, p. 80)

não é mais abstrata do que a arquitetura, onde a montagem ganha características de qualidade musical. Para os cineastas envolvidos no movimento, o filme se aproxima da música mais pela experiência do movimento do que pela noção de abstração.

Na première pública, no teatro da Ufa em Kufürstendamm em Berlim, são exibidos os filmes Opus 1, 2 (1921) e 3 (1924) de Ruttmann, “Sinfonia Diagonal”, (1924) de Eggeling, “Ballet Mécanique” (1924) de Fernand Léger e Dudley Murphy, “Entreato” (1924), de René Clair e Francis Picabia. Na avaliação do então jovem Rudolph Arnheim, as óperas de Ruttmann foram os filmes abstratos mais bem sucedidos. Mais por suas qualidades evocativas do que musicais.

Não são as qualidades musicais do filme de Ruttmann que atraem os elogios de Arnheim, mas sim os seus aspectos antropomórficos potenciais. Não o arrebatamento sinfônico, mas doçura, domesticidade, constrangimento reduzidos à sua manifestação visual mais básica. Representação, ao que parece, supera musicalidade. (WESTERDALE, 2010, p. 163)⁹⁰

No caso do filme absoluto, a essência está na radical abstração de elementos concretos trabalhando o filme-fotográfico em seu realismo involuntário, como mero material para a figuração de constelações estéticas puramente formais no tempo. E é assim que

[...] a obra-prima do cinema avant-garde, de Walter Ruttmann, Berlin-Sinfonia da Metrópole é para ser entendido. Aqui estão os diversos fenômenos do movimento, da luz, etc na metrópole da década de 1920 completamente autônomos entendidos para ser absoluto (literalmente: sem qualquer relação com qualquer coisa) jogo de formas no tempo. As musicalidades que Ruttmann também reivindicou no título serão agora interpretadas como o ritmo de um dia metrópole. A mudança da intensidade do exercício e quantidade de luz ao longo de um dia - de manhã cedo sobriedade e rigidez, a intensidade da luz e aceleração do dia até o tremular das iluminações noturnas - é para a composição visual.⁹¹ (SCHMITZ apud BETZ, PATTIS, ROTHER, 2014, p. 125) (Figura 34)

⁹⁰ Tradução da autora: “It is not the musical qualities of ruttmann's film that draw Arnheim's praise, but rather their potential anthropomorphic aspects. Not symphonic rapture, but cuteness, domesticity, embarrassment reduced to their most basic visual manifestation. Representation, it would seem, trumps musicality.”

⁹¹ Tradução Karl-Heinz Garcia Bergt: Er nimmt den filmfotografischen mit seinem unwillkürlichen Realismus als bloßes Material zur der filmischen Avantgarde, Walter Ruttmanns Berlin-die Sinfonie der Großstadt zu verstehen. Hier werden die vielfältigen Erscheinungen der Bewegung, des Lichts etc. in der Metropole der 1920er Jahre ganz autonom verstanden und zum absoluten (wortwörtlich: ohne jede Beziehung zu irgendetwas) Spiel der Formen in der Zeit. Jene Musikalität, die Ruttmann auch im Title behauptete, wird hier nun als Rhythmus eines Großstadttages gedeutet. Wechsel der

Figura 34 - Material de divulgação de “Berlin – Die Sinfonie der Grosstadt”



Fonte: Deutsche Kinemathek - Museum für Film und Fernsehen, Berlin.

Legenda: Material de divulgação de Berlin - Der Sinfonie der Grosstadt, (1927) Walther Ruttmann, que inspira São Paulo – Sinfonia da Metr pole (1929) Rodolpho Lustig e Adalberto Kemeny.

Ao ter como referência “Berlim, Sinfonia da Metr pole”, Lustig e Kemeny, sabendo ou não, estavam em contato com um material que percorreu caminhos onde outras influências foram agregadas, vindas de outros países, distintos atores - que se encontravam em locais centrais de produ o, como Zurique e Berlim, e variadas formas artísticas, como a pintura, a música, a dança e a poesia. Isto acrescido ao fato de o filme, dirigido por Ruttmann, ter colaboradores importantes, como já referido, que trazem seus conhecimentos para a composi o final da obra. No caso, a sinfonia visual urbana.

Uma proposta percebida em outros filmes que fariam parte de uma tendência cinematográfica mais ampla, de abrangência pan-europeia, que veio a ser conhecida, mais tarde, como “poemas de cidades” (city poems) “[...] que incluía filmes como “Paris que dorme” (Paris qui dort, 1924)⁹² de René Clair, “Rien que le Heures”, 1926, Alberto

Bewegungsintensit t sowie der Lichtmengen  ber einen Tag - von fr hmorgendlicher N chternheit und Starrheit,  ber die Lichtintensit t und Beschleunigung des Tages bis zum Flackern der n chtlichen Illuminationen - wird es zur visuellen Komposition.

⁹² A data de lançamento no IMDb   dezembro de 1926, apesar de no referido livro estar 1925.

Cavalcanti, e “Um homem com uma câmera” (The man with the movie camera⁹³, 1929) de Dziga Vertov.”⁹⁴ (BERGFELDER, HARRIS, STREET, 2007, p. 116)

Sobre uma amplitude de percepções, no texto “A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica”, Walter Benjamin aponta para o fato de o cinema

[...] abrir um imenso campo de ação do qual não suspeitávamos. Os bares e as ruas das nossas grandes cidades, nossos gabinetes e aposentos mobiliados, as estações e usinas pareciam aprisionar-nos sem esperança de libertação. Então veio o cinema e, graças à dinâmica de seus décimos de segundo, destruiu esse universo concentracionário, se bem que agora abandonados no meio dos seus restos projetados ao longe, passemos a empreender viagens aventurosas. (BENJAMIN, 1980, p. 23)

Viagens no tempo e no espaço. E o cinema, como veículo técnico que viabiliza este deslocamento, pode ser percebido no comentário da revista Fon-Fon, acerca de um filme da Metro que tinha como locação a cidade de Paris.

Trata-se de uma comédia social, de claro ambiente americano, não obstante a ação se deslocar para Paris. [...] É claro que as cenas de Paris são uma coisa pífia. Mas a esse Paris dos estúdios de Hollywood já estamos habituados. (FON-FON, 5 abril de 1930, nº 14 p. 68)

A importância dos cenários na confecção dos filmes já era de conhecimento dos pioneiros do cinema no Brasil, bem como dos editores de Cinearte, como mostra a nota de 1927, na sessão “Fimagem Brasileira”. “Quase todos os filmes brasileiros têm o principal defeito no cenário. [...] O cenário é a alma do cinema.” (CINEARTE, 2 de março de 1927, nº 53, p.5)

Em 1932, a situação parece não ter encontrado uma solução efetiva. Em uma foto que mostra a atriz e produtora Carmem Santos durante as filmagens de “Onde a terra acaba” na legenda consta: “No estúdio, Humberto Mauro acha que a decoração é um símbolo do cinema brasileiro [...] que caça com gato [...]” (CINEARTE, 5 de outubro de 1932, nº 345, p. 6) (Figura 35)

⁹³ O título original do filme é "Chelovek s kino-apparatom".

⁹⁴ Tradução da autora: “[...] that included films such as René Clair’s PARIS QUI DORT (1925), Alberto Cavalcanti’s RIEN QUE LES HEURES (1926), and Dziga Vertov’s THE MAN WITH THE MOVIE CAMERA (1929).”

Figura 35 - A atriz e produtora Carmen Santos em estúdio



Fonte: Cinearte, 5 de outubro de 1932, nº 345, p. 6. Hemeroteca Digital Brasileira.

Legenda: Carmen Santos durante filmagem de "Onde a Terra Acaba".

Isto em um momento em que o estúdio Cinédia, de Adhemar Gonzaga já estava em atividade como mostram relatos em meados de julho de 1930. (Figura 36)

Figura 36 - José Medina⁹⁵ na Cinédia



Fonte: Cinearte, 2 de julho de 1930, nº 227, p. 4. Hemeroteca Digital Brasileira.
 Legenda: José Medina visita Cinédia em construção.

Em dezembro do mesmo ano, consta a exibição de “Lábios sem Beijos” (1930, Humberto Mauro) primeira produção da Cinédia, em Recife. (Figura 37)

⁹⁵ José Medina (1894 – 1980) foi um pioneiro do cinema paulista. Foi diretor de fotografia, diretor e produtor. E, a partir dos anos 30, atuou como radialista.

Figura 37 - Divulgação de “Lábios sem Beijos” em Cinearte



Fonte: Cinearte, 2 julho de 1930, nº 227, p. 6. Hemeroteca Digital Brasileira.

Legenda: Por iniciativa e estímulo de Cinearte, começam a ser produzidos materiais de divulgação dos filmes brasileiros. Estas divulgações seguem o estilo do material recebido das empresas estrangeiras. Com colagens de fotos.

Em fevereiro de 1931 é anunciado o filme “Mulher” (1931) de Otávio Mendes. “Os primeiros “rushes” mostrados no salão de projeção de Cinédia já deixam transparecer que se trata de um dos mais interessantes filmes brasileiros desta temporada, aliado à perfeição técnica com que está sendo produzido.” (CINEARTE, 4 de fevereiro de 1931, nº 258, p. 4) Em maio de 1931, duas páginas mostram fotos das atividades no Cinédia-Estúdio. (Figura 38) (Figura 39) (Figura 40)

Figura 38 - Behring e companheiros na Cinédia



Fonte: Cinearte, 6 de maio de 1931, nº 271, p. 8 Hemeroteca Digital Brasileira.

Legenda: Medeiros e Albuquerque visita Cinédia. Poeta e jornalista. Em conformidade com as práticas da época que aliavam as atividades literárias com a imprensa. Ele visita o Cinédia Studio em companhia do diretor de Cinearte Mario Behring. A legenda informa ainda, que seu livro "Marta" vai ser filmado no Cinédia.

Figura 39 – Estúdios da Cinédia em construção



Fonte: Cinearte, 1º de outubro de 1930, nº 240, p. 6. Hemeroteca Digital Brasileira.

Figura 40 - Filmagens Brasileiras em Cinearte



Fone: Cinearte, 6 de maio de 1931, nº 271, p.10. Hemeroteca Digital Brasileira.
 Legenda: Fotos de filmagens brasileiras. Acima à direita, cena do filme Limite, de Mario Peixoto, “apresentado” por Cinédia. Abaixo cena do filme “Mulher”, da Cinédia.

E em abril de 1932, o texto na seção “Cinema Brasileiro” informa que o filme “Mulher”, produção da Cinédia.

[...] que tanto sucesso vem alcançando em todas as telas por onde tem sido projetada, não é ainda uma produção à altura do que serão os filmes da Cinédia, logo que fique concluída a organização geral do estúdio. [...] Já “Ganga Bruta” mostrará alguma coisa do que a Cinédia pretende oferecer ao cinema brasileiro [...]” (CINEARTE, 6 de abril de 1932, nº 319, p.6)

E na edição da primeira semana de novembro as expectativas aumentam.

Na Cinédia vai uma grande atividade. Humberto Mauro está há dias em “locação” na Ilha das Cobras. Filmando uma das mais importantes cenas de “Ganga Bruta” [...] isso sem falar na execução do novo

regulamento interno do Estúdio nos moldes dos congêneres da Hollywood e que tão benéficos vem demonstrando desde a sua adoção. [...] Quando se fala nos nossos filmes [...] ninguém esquece de citar “Barro Humano” [...] Mas agora Barro Humano, cujo agrado geral se deve a direção de Gonzaga, vai ser esquecido depois que “Ganga Bruta” for apresentado ao público. [...]” (CINEARTE, 2 de novembro de 1932, nº 349, p. 8)

Os relatos em torno das produções e realizações da Cinédia são bastante positivos, e à forma como estão dispostos nas páginas, transmitem a ideia de um ambiente dinâmico e próspero. É importante ter em vista que Adhemar Gonzaga, ao mesmo tempo que conduz as atividades da Cinédia, continua vinculado ao corpo editorial de Cinearte.

Por isso, não chega a ser surpresa observar que as condições de produção em outros locais, não apresentem as mesmas condições - e pretensões – dos padrões hollywoodianos almejados por Gonzaga. Também é revelador o fato de muitas fotos que acompanham as filmagens da época, mostrarem cenários naturais em detrimento das realizações em estúdios. Os relatos das filmagens de Escrava Isaura, em 1929, dão indícios das condições que vigoravam à época.

Como já havíamos dito, os interiores são todos montados no Estúdio da Visual. A montagem mostra uma sala de visita da época. Noutro está sendo montada a sala de jantar. A iluminação ainda é feita com luz de carvão. Os artistas, por isso mesmo, estão com conjuntivite. (CINEARTE, 3 de abril de 1929, nº 162, p. 5)

Se pensarmos em termos internacionais, as condições de filmagens também são díspares e a necessidade de contornar as adversidades, não raro acabam por gerar novos estilos e até mesmo gêneros de filmes. Neste sentido, mais uma vez as trocas de experiências e informações a partir dos deslocamentos dos profissionais e artistas do setor acabam se mostrando frutíferas.

No início da década de 20 na Alemanha, o fornecimento de energia elétrica era ainda incerto e seus custos proibitivos. Ao contrário do que ocorria nos Estados Unidos, principalmente no Leste do país, onde os estúdios funcionavam estritamente com este tipo de energia elétrica. Diante das dificuldades os profissionais que atuavam, principalmente em Berlim, precisavam encontrar alternativas. Em uma realidade que imperava em outros países da Europa da época.

Os cerca de 25 principais estúdios fundados no período entre 1890 e 1930 em Berlim eram “glasshouses”, ou casas de vidro – construções com tetos de vidro que permitiam o aproveitamento, nos sets de filmagem, da luz natural difusa. E muitos destes estúdios permaneceram em atividade durante os anos 20 e 30 com poucas ou, às vezes, nenhuma alteração.

E foi em um destes “glasshouse” – Lixie estúdio – no subúrbio de Berlim, Weissensee, que o filme “O Gabinete do Dr. Caligari” foi filmado. O que desafia a hipótese de Krakauer na obra “De Caligari a Hitler” de uma analogia entre os espaços escuros e subterrâneos do filme com um uma mentalidade introspectiva e obscura dos trabalhadores – e da audiência que os consumia. Isto porque,

[...] ao contrário da imagem que se poderia derivar de Kracauer, foram estúdios americanos que se tornaram 'dark' muito antes de seus colegas europeus, visto a prevalência dos telhados de vidro e/ou dos estúdios murados aplicado na maioria dos países europeus, não apenas na Alemanha. (BERGFELDER; HARRIS; STREET, 2007, p. 41)⁹⁶

Os autores também esclarecem que “[...] o uso experimental de projetores de arco de luz de carbono pelo pioneiro do cinema alemão Oskar Messter já em 1896/97, foram feitos simplesmente para complementar as fontes de luz natural, e não para substituí-las.” (BERGFELDER; HARRIS; STREET, 2007, p. 41)

Enquanto nos Estados Unidos era corrente o uso do sistema de três pontos de iluminação, com base na utilização de luz artificial, na Europa predominava, até os primeiros anos da década de 20, o uso da luz natural - difusa e não difusa, tanto em filmagens externas quanto em estúdios. Isto teve impacto tanto na elaboração dos cenários, que muitas vezes contavam com fundos de pinturas, quanto na disposição dos elementos em cena e até mesmo na atuação dos atores.

Hollywood adotava um sistema de produção hierárquico de linha de montagem onde as tarefas eram divididas entre um maior número de profissionais especializados. “Em lugar do fordismo simplificado do sistema de Hollywood, os cineastas alemães valorizavam uma abordagem mais artesanal, com base no

⁹⁶ Tradução da autora: “[...] contrary to the image one might derive from Kracauer, it was American studios that went 'dark' long before their european counterparts, as the prevalence of the glass-roofed or - walled studios applied to most european countries, not just Germany.”

conhecimento, experimentação, diálogo, flexibilidade e cooperação [...]” (BERGFELDER; HARRIS; STREET, 2007, p. 41)⁹⁷

Na Alemanha, o debate entre as abordagens mais ligadas ao pictórico ou à arquitetura, estava vinculado a uma compreensão da construção dos cenários a partir da composição e atmosfera e da interação do diretor de arte/cenógrafo com a iluminação e a edição. (Figura 41)

Figura 41 - Cenários pintados



Fonte: Beil e Dillmann, 2010, p. 291

Legenda: Cenário pintado. Estúdios com teto em arco. Cena do filme "Genuine", 1920, Robert Wiene. Standfotografie, Deutsches Filminstitut – DIF, Frankfurt, a.M. Gesamtkunstwerk Expressionismus. Kunst, film, literature, theater, tanz und architetur 1905 bis 1925. Institut Mathildenhöhe Darmstadt.

Se nos EUA havia a preocupação com a ação dos personagens principais e a evolução da narrativa, na Alemanha os trabalhos de Robert Herlth e Walter Röhrig, que realizaram importantes filmes com Murnau, se centravam mais na transformação da “[...] experiência emocional em movimento e visualidade pura.”⁹⁸ (BERGFELDER; HARRIS; STREET, 2007, p. 47)

⁹⁷ Tradução da autora: “Instead of the streamlined Fordism of the Hollywood system, German filmmakers valued this more artisanal approach, based on familiarity, experimentation, dialogue, flexibility and cooperation”.

⁹⁸ Tradução da autora: “[...] emotional experience into motion and pure visuality.”

Herlth e Röhrig, atuando junto a Murnau e ao cinegrafista Karl Freund elaboraram novas técnicas “[...] que criaram sinergias entre a cinematografia e o espaço filmado, como no caso da “câmara desacorrentada””. (BERGFELDER; HARRIS; STREET, 2007, p. 43) E o autor Paul Rotha vai mais além ao afirmar que:

Praticamente todos os dispositivos fotográficos, usados para enfatizar o poder dramático de uma tomada tiveram sua origem nos estúdios alemães. Foi Fritz Arno, Karl Freund, Karl Hoffmann, Günther Rittau, Guido Seeber, Günther Krampf, e seus parceiros que deram à câmera a sua independência do difícil tripé.⁹⁹ (ROTHA, 1967, p. 371)

Herlth defendia a liberdade do cenografista com relação à narrativa. Mas reconhecia o papel desse profissional como mediador entre, as muitas vezes pouco prováveis, aspirações do diretor e a realidade orçamentária, que acabavam por desenvolver por um lado, um senso de contenção, por outro a inventividade.

Em 1925 os novos estúdios da Ufa permitiram o uso completo de luz elétrica, no caminho da produção dos competidores norte-americanos. Além das tradicionais “glasshouses” as filmagens passaram a ser feitas, também, em grandes espaços localizados dentro de aeroportos reaproveitados. Estes estúdios criaram novas possibilidades de se trabalhar a cenografia, promovendo uma mudança de uma decoração mais realista “[...] para cenários mais sugestivos e impressionistas.” (BERGFELDER; HARRIS; STREET, 2007, p. 49)

Os cenografistas alemães mais ligados a cenografia arquitetural, muitos dos quais provenientes da *Kunstgewebeschule* (escola de Artes Aplicadas) de Hamburgo ou do *Kunstgewebemuseum* (Museu de Artes Aplicadas) de Berlim, desenvolviam um perfil mais flexível e adaptável às demandas do mercado, do que uma postura de visão mais individualista.

Seguiam uma ética de “[...] atenção à funcionalidade técnica e eficiência das práticas de trabalho, combinada com uma perspectiva artística em geral conservadora mas também populista e comercialmente viável.”¹⁰⁰ (BERGFELDER; HARRIS; STREET, 2007, p. 52) Tal atitude encontra similaridades com os imperativos

⁹⁹ Tradução da autora: “Practically every photographic device which is used to emphasize the dramatic power of a shot saw its origin in German studios. It was Fritz Arno, Karl Freund, Karl Hoffmann, Günther Rittau, Guido Seeber, Günther Krampf, and their confreres who gave the camera its independence from the hampering tripod.”

¹⁰⁰ Tradução da autora: “[...] attention to technical functionality and efficiency of working practices, combined with a generally conservative yet also populist and commercially viable artistic outlook.”

econômicos de Hollywood, ao mesmo tempo que facilita a troca de experiências além fronteiras.

O que não significa que a abordagem pictórica fosse menos apta para exercer influência nas práticas de outras nacionalidades. Como descrito anteriormente, a “câmera desacorrentada” que permitia mais liberdade à fotografia de cena, apresentada por Herlth e Röhrig em “A última gargalhada” (Der Letzte Mann¹⁰¹, 1924 – F.W. Murnau) e Fausto (Faust, 1926 – F.W. Murnau), e “[...] o uso de perspectivas forçadas e miniaturas em sets, o último muitas vezes referido ao nome do seu criador como o “efeito Schüfftan” [...]”¹⁰², foram conhecimentos práticos posteriormente absorvidos pelos profissionais de Hollywood.

Em 1927, Erich Pommer retorna a Berlim, e à Ufa, como produtor executivo, após quase dois anos em solo norte-americano onde trabalhou para a Paramount e MGM. No período em que esteve na Paramount, Pommer foi apresentado a “[...] agenda de filmagem desenvolvida em 1926 por Mel Templeton, chefe do departamento de orçamento da empresa.”¹⁰³ (HARDT, 1996, p.108) Nesta agenda “[...] cada sequência tinha uma coluna vertical indicando o set, os números de cena, os membros do elenco envolvidos [...]”¹⁰⁴ (HARDT, 1996, p.108)

Pommer também teve acesso aos estúdios que possuíam salas onde todos os cenários podiam ser montados antes da produção do filme, o que permitia um trabalho mais metódico e a correção de detalhes. Além de viabilizar a mudança de um cenário para outro sem precisar desmanchar o cenário anterior. “Em comparação, as limitações dos estúdios alemães permitiam a construção de apenas um set por vez, acarretando numa enorme perda de tempo se as filmagens precisassem ser refeitas em um momento posterior”.

Pommer, estava à frente da Ufa em 1925, quando foi fechado o acordo conhecido como Parafumet – que era um

[...] complexo emaranhado de empréstimos e direitos entre Ufa e Paramount, por um lado, e Ufa e Metro-Goldwyn-Mayer, por outro, com a soma de que se acreditava proporcionar à Ufa, no final de 1925,

¹⁰¹ A tradução mais fiel seria – “O Último Homem”.

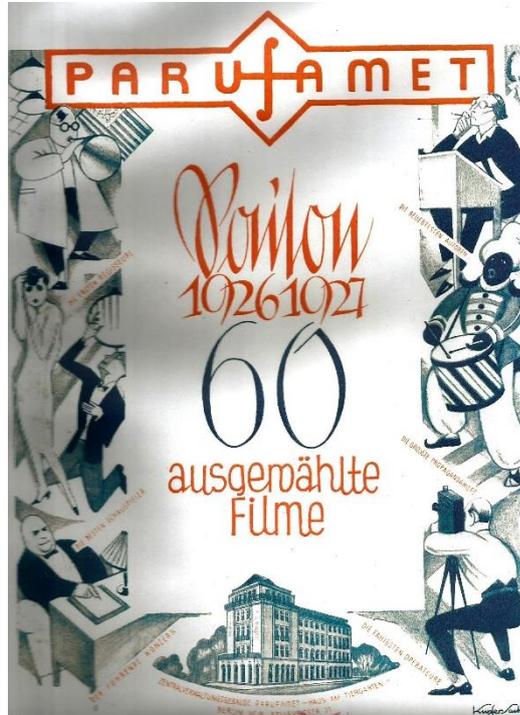
¹⁰² Tradução da autora: “[...] the use of forced perspectives and miniatures in sets, the latter often referred to after its creator as the ‘schufftan effect’ [...]”

¹⁰³ Tradução da autora: “[...] shooting schedules developed in 1926 by Mel Templeton, head of the company’s budget department.”

¹⁰⁴ Tradução da autora: “[...] each sequence had a vertical column indicating the set, the scene numbers, the members of the cast involved.”

os recursos financeiros desesperadamente necessários.¹⁰⁵ (HARDT, 1996, p.88)¹⁰⁶ (Figura 42) (Figura 43)

Figura 42 - Cartaz da Parufamet



Fonte: Deutsche Kinemathek - Museum für Film und Fernsehen, Berlin
 Legenda: Cartaz Parufament 1926/27

¹⁰⁵ complex entanglement of loans and entitlements between Ufa and paramount on the one hand, and Ufa and Metro-Goldwin-Mayer on the other, the sum of which was believed to provide Ufa at the end of 1925 with desperately needed financial resources.

¹⁰⁶ O acordo acabou se mostrando prejudicial à Alemanha. Como esclarece Hardt (1996).

“Os acordos estipulavam um empréstimo de 2 milhões de dólares por dez anos a partir de cada uma das empresas (no valor de cerca de 17 milhões de marcos) em troca de uma hipoteca sobre o edifício-sede da Ufa, no centro de Berlim, Haus Vaterland, e a distribuição de dez filmes de Ufa na América. Além disso, os contratos davam uma enorme quota do mercado alemão de filmes para os Estados Unidos, forçando Ufa aceitar vinte filmes de cada empresa para a distribuição. Mas a estipulação mais devastadora concernia aos teatros da Ufa. A Ufa foi obrigada a reservar metade de seus horários de teatro para expor os filmes dessas empresas norte-americanas, uma exigência à qual a Ufa dificilmente poderia sobreviver.”

Tradução da autora: “The agreements stipulated a ten-year loan of 2 million dollars from each company (amounting to about RM 17 milhões) in exchange for a mortgage on Ufa's downtown office building in Berlin, Haus Vaterland, and the distribution of ten Ufa's film in America. Additionally, the contracts gave a huge German market share to the United States, forcing Ufa to accept twenty films from each company for distribution. But the most devastating stipulation concerned Ufa's theaters. Ufa was obliged to reserve half of its theater slots for exhibiting the films of these U.S. companies, a requirement Ufa could hardly survive.”

Figura 43 - Cartaz da Parufamet



Fonte: Deutsche Kinemathek - Museum für Film und Fernsehen, Berlin

Legenda: Cartaz: Onde está a Parufamet - locais onde a empresa atuava na Alemanha.

Em 1927, ao retornar à Alemanha, Erich Pommer implementa nos estúdios da Ufa, o *know-how* do sistema de estúdio adquirido no período em Hollywood.

E a constante busca por soluções em custos e eficiência movimentava a indústria que abastece o setor. O ano de 1927, representa um momento de avanços tecnológicos importantes, em um período que Alemanha e Estados Unidos são os principais produtores da matéria prima do cinema – o filme.

Inventaram na Alemanha uma nova qualidade de película tão sensível que qualquer cena de interior, de agora por diante poderá ser filmada com a luz natural. Isto é, sem o uso de qualquer aparelhamento de iluminação. São incalculáveis as vantagens que oferece este invento. O filme foi experimentado pela primeira vez numa cena noturna, em Berlim, no interior de um “cabaret”, e a fotografia saiu tão nítida como si se tivesse empregado uma centena de projetores fortíssimos. [...] Fritz Kaufmann, diretor alemão, levou a efeito várias experiências em Paris [...] As economias no que diz respeito à eletricidade, com o novo invento serão incalculáveis; além disso tornará o trabalho dos artistas muito mais confortável. (CINEARTE, 6 de julho de 1927, nº 71, p. 25)

No Brasil, como já mencionado, a problemática em torno das taxas cobradas para a importação do filme virgem está presente durante todo o período analisado. Ainda em janeiro de 1927, o editorial da revista Cinearte aborda o tema, colocando-

se desfavorável à cobrança de taxas sobre a importação de produtos manufaturados que não encontrassem similares no país.

Em outubro do ano seguinte, a discussão é pelo aumento das taxas aos produtos estrangeiros que encontrariam similar no Brasil. Segundo o texto, as indústrias nacionais protecionistas acabavam por fazer o preço do produto nacional não conseguir competir com o estrangeiro, ao mesmo tempo que encarece o mesmo (nacional). Como no caso do tecido em que o importado teria o mesmo preço – até mais barato, que o fabricado no Brasil.

O autor aproveita para discorrer sobre a necessidade de a municipalidade do Rio de Janeiro oferecer benefícios aos exibidores que se dispusessem a apresentar filmes brasileiros nas suas programações. E fala das dificuldades que os realizadores, na maioria idealistas, enfrentam para fazer se estabelecer uma produção cinematográfica nacional.

Em agosto de 1929, na seção “Cinema Brasileiro”, uma nota relata que o governo da Austrália estaria oferecendo prêmios aos melhores filmes produzidos naquele país. Após uma crítica ao governo brasileiro que financiaria apenas os cinejornais, o autor escreve que não se quer prêmios ou subvenções. “Apenas que suspenda as taxas existentes sobre o filme virgem, lembrança de uns legisladores idiotas, e uma revisão sobre as taxas que pesam sobre os nossos produtores.” (CINEARTE, 7 de agosto de 1929, nº 180, p. 5)

A primeira edição de dezembro de 1930 traz um apelo ao Governo Provisório, de revisão das taxas de importação. No texto, o autor defende a produção nacional de filme virgem, mas que para isso é necessário, primeiro, reduzir as taxas de importação, pois é o volume de produção que faz com que outras indústrias, ligadas ao setor, surjam.

[...] no mundo existem apenas duas grandes fábricas de filmes que inundam todos os mercados: uma na América do Norte, com um esplêndido mercado interno que lhe garante plenamente o êxito no negócio; alemã a outra, que quase monopoliza os mercados europeus [...] Muito esperamos da orientação do atual governo sobre o assunto. Oriundo de um movimento de caráter popular que visou principalmente a extirpação dos velhos abusos e a implantação de condições novas de vida que satisfaçam a grande massa da população, um dos pontos principais do seu programa tem de ser fatalmente o da revisão das tarifas tão anacrônicas quanto desarrazoadas que só tem servido para empecer o surto e o desenvolvimento de todas as iniciativas de utilidade. (CINEARTE, 1º de dezembro de 1930, nº 248, p. 3)

1931 é um ano que transcorre sob a sombra da crise. Talvez no período ainda não se tivesse a proporção da repercussão que a quebra da bolsa de Nova Iorque teve no panorama mundial. Mas nas páginas de Fon-Fon, a crise, somada a Revolução de 30 – com ampla cobertura fotográfica em novembro deste ano, as mudanças são perceptíveis. Os anúncios de carros diminuem, bem como de outros anunciantes. E os editoriais com posicionamentos mais fortes, que caracterizavam o período de Washington Luís na presidência, cederam lugar a um silêncio de reajustes. Aos poucos começam a surgir as fotos de acompanhamento das atividades oficiais do novo governo.

No caso da Cinearte, também ocorrem mudanças, muitas delas mais ligadas ao advento do som no cinema. Mas os debates em torno da importação do filme virgem seguem e em dezembro de 1931, o editorial traz a esperança de que o novo governo tome medidas relacionadas ao assunto. A abordagem adotada para persuadir o governo a realizar as adequações necessárias, parte da importância do filme como instrumento de propaganda e educação.

E essa propaganda só se pode fazer intensamente através do filme, que melhor que o jornal, melhor que o livro, melhor que a palavra e a escrita vai por toda a parte, corre todo o universo, entrando pelos olhos de toda gente e levando a convicção e a verdade, destruindo todas as prevenções e falsas ideias. (CINEARTE, 2 de dezembro de 1931, nº 301, p. 3)

Em junho de 1932, a situação parece ter sido encaminhada para um bom termo. A edição de maio havia publicado o Decreto 21.240, de 4 de abril que “nacionaliza o serviço de censura nos filmes cinematográficos, cria a ‘Taxa Cinematográfica para educação popular e dá outras providências”. Assim em junho, Cinearte publica:

Creemos piamente que a Cinematografia Brasileira vá agora de vento em popa, depois que os direitos sobre o filme virgem deixaram de ser proibitivos. Sabemos de várias atividades que surgem trazendo para o Campo da Cinematografia capitais e nomes que são a mais firme garantia do êxito dessas tentativas.” (CINEARTE, 1º de junho de 1932, nº 327, p. 3)

Ao acompanhar as edições de Cinearte, percebemos que esse tom de otimismo é frequente em relação ao cinema brasileiro. A partir do universo narrado na revista,

sobre a construção da Cinédia, fica claro o objetivo de adoção de um modo de produção semelhante ao sistema de estúdio hollywoodiano.

A turbulência econômica de 1929, porém, é simultânea a consagração do som no cinema. No cenário internacional, as disputas se tornam ainda mais acirradas e os deslocamentos mudam de direção. O cinema transnacional - que atravessou as fronteiras, agora enfrenta o desafio das barreiras linguísticas nacionais que surgem no horizonte sonoro.

No Brasil a corrida passa pela aquisição de novos equipamentos, aparelhamento sonoro das salas e por acompanhar os rumos das filmagens e as tendências dos mercados, ainda oscilantes. Além de outras adaptações necessárias.

3.2 O CINEMA TRANSNACIONAL AO RITMO DOS “TALKIES”

“Depois da inovação do filme falado Hollywood parece outra cidade. Tanta cara nova!. Nos filmes então! [...] só artistas da Broadway [...] Hollywood até parece uma filial de Nova Iorque.” (CINEARTE, 5 de junho de 1929, nº 171, p. 11)

“[...] por que não faz a Metro como os demais estúdios que possuindo artistas estrangeiros que não estão em condições para os “talkies” estão sendo devolvidos com razões plausíveis.” (CINEARTE, 5 de junho de 1929, nº 171, p. 11)

[...] Emil Jannings preferiu aceitar uma licença com tempo indeterminado a aparecer em filmes com o seu inglês quebrado, vindo assim a perder seu prestígio como ele próprio confessou. [...] A Fox cancelou o contrato de todo o elemento estrangeiro e alguns nacionais porque eles simplesmente não servem para a febre atual. (CINEARTE, 5 de junho de 1929, nº 171, p. 11)

Se compararmos as passagens acima citadas com a que abre o presente capítulo na página 91, soa surpreendente a mudança ocorrida no período de dois anos. E sinaliza como a introdução do som no cinema era uma decisão titubeante no ano de lançamento do primeiro filme sonoro, “O Cantor de Jazz” (The Jazz Singer, 1927).

O fato é que a chegada do som no cinema trouxe desafios para todos os mercados envolvidos na produção, distribuição, exibição e o próprio consumo dos filmes. Também as narrativas e a estética foram afetadas. Bem como os

deslocamentos dos profissionais envolvidos na indústria e as trocas de experiências na busca de novas e inovadoras soluções.

Tecnologia, mercado, postos de trabalho, diferenças nacionais legislativas, financeiras e morais foram postas à prova quando confrontadas com as novas formas de fazer cinema. Para se ter uma ideia inicial, a produção das versões multi-línguas (multi-language versions – MLVs) como veremos em seguida uma das opções de filmagem que surgem no início do cinema sonoro,

[...] permitiu que surgissem nuances culturais e especificidades através de uma série de meios cinematográficos - atuação e desempenho, edição e ritmo narrativo, do diálogo e da caracterização, e alguns elementos de composição de imagem, tais como enquadramento e iluminação [...] ¹⁰⁷ (BERGFELDER; STREET; HARRIS, 2007, p. 143)

Para os principais protagonistas da produção mundial, o processo de adaptação é urgente. A recepção dos novos filmes era uma incógnita. E manter, expandir e proteger os mercados era imperativo.

As mudanças já vinham sendo anunciadas. Como mostram as notas publicadas em Cinearte ao longo de 1927. “É, sem dúvida alguma, o Vitaphone que presentemente ocupa a atenção do mundo cinematográfico, e talvez traga uma mudança radical na cena muda”. [...] (CINEARTE, 2 de março de 1927, nº 53, p. 25)

E as exibições aconteciam nos Estados Unidos, em eventos importantes, porem isolados. “O cinema Warner, situado na Broadway foi o primeiro cinema a apresentar um bem compilado programa de entretenimentos e o colossal trabalho de John Barrymore protagonista do filme ‘Dom Juan’.” Raul de Toledo Galvão, de Nova Iorque, (provavelmente em uma reportagem traduzida por Cinearte) informa que esta primeira exibição contou com um breve pronunciamento de W. H. Hays, da “Motion Pictures Producers and Distributors of America”. E o jornalista antecipava um fator de impacto doloroso que a mudança traria. “Já há um receio na classe musical, se o Vitaphone conseguir se colocar no cinema tudo o que for músico ficará sem colocação [...]” (CINEARTE, 2 de março de 1927, nº 53, p. 25)

¹⁰⁷Allowed for cultural nuances and specificities to emerge through a range of cinematic means - acting and performance, editing and narrative pacing, dialogue and characterisation, and some elements of image composition such as framing and lighting

Mas os sinais de fumaça pressagiavam. E a Warner Bros com o Vitaphone tomava a dianteira da situação. “Acredita-se que em janeiro de 1928 existam perto de 300 Vitaphones por todos os Estados Unidos [...] sendo o custo de cada aparelho de 12 mil dólares. Mais de 100 já estão contratados [...] (CINEARTE, 6 de abril de 1927, nº 58, p. 16) Na mesma publicação, encontramos as ações estratégicas para se antecipar à concorrência, em um “timing” mercadológico decisivo.

A Vitaphone Corporation, para facilitar aos proprietários dos pequenos cinemas de todo o mundo, acaba de lançar a venda um novo tipo de Vitaphone, muito menor e mais simples do que o original e que será vendido ao preço de cinco mil dólares. Vamos ver se agora algum dos nossos exibidores se habilita [...] (CINEARTE, 6 de abril de 1927, nº 58, p. 26)

Isto porque a concorrência já se anunciava.

Dizem as últimas notícias dos Estados Unidos que as experiências definitivas com o Movietone, para obtenção dos filmes falados, deram resultados admiráveis, muito além da expectativa. A Fox, que explora o novo invento, pretende emprega-lo na filmagem dos seus jornais. (CINEARTE, 6 de julho de 1927, nº 71, p. 25)

Enquanto nos Estados Unidos Warner e Fox tomavam a dianteira no processo de transição do filme mudo para o sonoro, na Europa em geral imperou a hesitação a respeito da novidade. O que foi determinante para a cinematografia do continente. Principalmente para a Alemanha que já possuía um sistema de som para cinema desde 1922, época em que os engenheiros Hans Vogt e Joseph Massole e o físico Jo Engl haviam desenvolvido o Tri-Ergon (Trabalho de Três).

O sistema foi usado pela Ufa em 1925 no filme “[...] ‘Das Mädchen mit den Schwefelhölzern’¹⁰⁸ (The girl with Matches), e em diversos curta-metragem. As exhibições, no entanto, foram insatisfatórias e os experimentos com som abandonados.”¹⁰⁹ (HARDT, 1996, p. 127)

No período em que atuou nos Estados Unidos, o produtor Erich Pommer ficou a par das intenções relativas a adoção do som e presenciou o lançamento de “O cantor de Jazz” (The Jazz Singer). Ao retornar a Alemanha, na verdade no início de 1928, Pommer alertou os dirigentes da Ufa sobre a inovação e sugeriu que o sistema *Tri-*

¹⁰⁸ Filme sem tradução para o português. A tradução literal seria “A garota com fósforos”.

¹⁰⁹ Tradução da autora: “[...] and in a several short features. The screening was unsatisfactory, however, and all further experimentation with sound was abandoned.”

Ergon fosse adotado nos cinemas e filmes. Mas a posição era de que a incerteza do empreendimento não dava garantias ao alto investimento exigido. No entanto, “[...] um ano depois, em março de 1929, a alta gerência da Ufa percebeu a urgência da conversão ao som, após saberem que a produção do filme mudo estava no seu fim nos Estados Unidos.”¹¹⁰ (HARDT, 1996, p.126)

Rapidamente, se uniram forças para formar uma barreira aos norte-americanos. Para o intento, as inicialmente rivais, Tonbild Syndicate AG (Tobis) - que detinha as patentes do sistema Tri-Ergon, e a Klangfilm GmbH, que foi fundada pelas duas principais empresas elétricas da Alemanha, AEG e Siemens, se fundiram.

Na fusão, os enormes desafios concernentes à conversão da indústria cinematográfica ao filme sonoro foram subdivididos. A Tobis assumiu a produção dos filmes e a Klangfilm ficou com a tarefa de instalação de equipamentos nos estúdios de filmagem e cinemas.

Nos Estados Unidos a movimentação não era menos vultosa. Como indica o artigo de Cinearte de outubro de 1929 que anuncia a união entre a Warner Bros e a Paramout.

Os jornais que de Hollywood recebemos trazem declarações de Jack Warner que falam em interesses que atingem a fabulosa soma de 400 milhões de dólares [...] O nome da empresa que nascerá desse consórcio será Paramount Warner Brothers Corporation e sua direção caberá a Adolph Zuckor e Harry Warner. (CINEARTE, 2 de outubro de 1929, nº 188, p. 3)

Antes disso, em agosto, uma nota revela o quanto a Warner soube aproveitar o momento para liderar toda a reestruturação da indústria.

A Warner, há pouco mais de um ano virtualmente quebrada entrou numa tal fase de prosperidade com o advento dos talkers que pode-se dizer que é hoje uma das marcas mais poderosas. Agora mesmo vai dispende a quantia astronômica de 500 milhões de dólares com a compra e construção de cinemas. (CINEARTE, 7 de agosto de 1929, nº 180, s/nº)

As intensas batalhas para manutenção e expansão dos mercados externos desestruturam as arduamente redes tecidas durante o período mudo. Se para as

¹¹⁰ Tradução da autora: “[...] a year later, in March 1929, Ufa's top management realized the urgency for conversion to sound, after it was learned that the silent film production was on its way out in the United States.”

produtoras a transição era uma questão econômica e mercadológica, em um primeiro olhar, para o público as mudanças chegavam por outro prisma.

De um lado, o gosto já desenvolvido pelos filmes silenciosos. Do outro, o desafio que uma língua estrangeira representava para a compreensão das histórias. E em meio a isto, a descrença na aceitação que teriam as alterações que já estavam ocorrendo.

O cinema Paramount, que se inaugura em março, anuncia pelos jornais que vai instalar um Movietone. Novidade essa ainda não existente em Buenos Aires e nem Rio de Janeiro. Não deixa de ser interessante a notícia. Mas por enquanto, “Movietone” ou “Vitaphone” não interessam ao público brasileiro. Ao menos enquanto eles não resolverem o problema linguístico. Porque é verdade, inglês, quase 80% do público não compreende e francês e alemão, mais ou menos assim. Será apenas para reprodução de sons e música sincronizada.” (CINEARTE, 6 de março de 1929, nº 158, p. 12)

Qual a solução que seria adotada para as barreiras linguísticas ainda não estava definida. Era um momento de suspensão, que a indústria necessitava agir rápido, mas precisava compreender as respostas do público. Os responsáveis pela formação de opinião nas revistas analisadas, também mostravam hesitação diante do novo. “Somos daqueles que acreditam que essa sonorização dos filmes é apenas uma febre. Passará como passa tudo neste mundo. [...]” (CINEARTE, 5 de junho de 1929, nº 171, p. 3)

Mesmo as evidências nas transformações que ocorrem nas estruturas das salas, são absorvidas na redação de Cinearte com ceticismo. Ao comentar o momento em São Paulo, Otávio Mendes expõe:

Já estamos no período de campanha de concorrência dos cinemas falados. O Paramount e o Odeon estão disputando um match. O Alhambra, por intermédio de pessoas insuspeitas, anuncia que em breve estreará o seu aparelho. O República até em revistas publicou aparatosos e bombásticos aparelhos ...mas ... até agora [...] O Rosário segundo parece também terá [...] Ainda continuo pelo filme silencioso! (CINEARTE, 3 de julho de 1929, nº 175, p. 8)

Na revista Fon-Fon, menos atrelada à especificidade do meio cinematográfico, a análise é mais ligada à recepção do som pelo público frequentador das salas. De forma menos parcial e opinativa, a revista apresenta como a novidade foi recebida, após a exibição de “Broadway Melody” (1929, Harry Beaumont), da Metro, no Rio de

Janeiro. “Foi o primeiro filme falado que se ouviu no Rio de Janeiro. O público que o admirou foi multidão. Pode-se dizer que bateu o “record” de bilheteria em todos os tempos.” (FON-FON, 6 de julho de 1929, nº 27, p.70)

A avaliação continua sendo otimista para o filme “Movietone Follies” (1929, David Butler), da Fox.

Pode-se afirmar que com esta original e interessantíssima película da Fox, o cinema sonoro conquistou definitivamente o público carioca, desfazendo as últimas desconfianças. A película da Fox veio também demonstrar, pelo menos por enquanto, a superioridade do movietone sobre o vitaphone. (FON-FON, 3 de agosto de 1929, nº 31, p. 68)

Rapidamente, porém, assim como estavam tendo que agir as indústrias do setor, a Cinearte, em editorial de agosto redireciona seus comentários. E adota um tom mais ligado aos desafios que surgem diante do novo que se impõe.

Só um insucesso dos novos filmes poderia fazer voltar a dominar as produções silenciosas. Mas isto não sucederá, pelo menos tão cedo. Basta dizer que qualquer filme sincronizado tem durado muito mais um programa do que qualquer outra espécie de filme. Não venham dizer que é por curiosidade. Pouco importa o motivo, mas o fato é que se os produtores brasileiros quiserem vencer tem que deixar de lado, pelo menos em parte, o seu cinema silencioso. Que irá suceder de tudo isso é cedo prever. Será talvez a morte dos pequenos cinemas, e a abertura de grandes casas como infelizmente não possuímos ainda nenhuma [...] (CINEARTE, 7 de agosto de 1929, nº 180, s/nº)

E as dúvidas com relação à compreensão dos diálogos permeiam a maioria dos comentários, como mostra a continuação da avaliação de “Broadway Melody”. “É lamentável que o diálogo fosse em inglês, língua que 90% das pessoas não compreende. Com o diálogo logicamente se suprimiu as legendas. A confusão foi ainda maior.” (FON-FON, 6 de julho de 1929, nº 27, p. 70)

Os receios envolvem a forma de tratamento dispensado ao mercado brasileiro, admitindo uma condição que se tornava ainda mais periférica a partir das línguas que os filmes, a partir daquele momento, trariam impressas. “O que não podemos nem devemos admitir é que nos sirvam, a nós outros ‘apenas o bagaço de filme’, isto é, o filme sonoro convertido em silencioso pela supressão do som.” (CINEARTE, 5 de junho de 1929, nº 171, p. 3)

Esta preocupação, por outro lado, abre espaço para um olhar ao redor, ao que se passa na América Latina em geral, como em uma solidariedade que se estabelece na dificuldade.

El Universal poderoso jornal mexicano incitou uma campanha no sentido de concitar os vários governos latino-americanos a proibirem terminantemente a exibição de filmes falados em idioma inglês, exceção para aqueles que forem musicados cantados ou sincronizados (CINEARTE, 7 de agosto de 1929, nº 180, s/nº)

Quando havia uma necessidade de soluções a problemas que se assemelhavam.

As revistas porteñas preocupam-se como nós com a acentuada falta de programas que a deficiência de filmes silenciosos vem trazendo ao mercado argentino. Os filmes sonoros com diálogos em inglês [...] sendo de menos de 5% a proporção dos espectadores que conhecem aquele idioma. [...] (CINEARTE, 2 de outubro de 1929, nº 188, p. 3)

Nem bem os cinemas se adaptavam ao sonoro e às suas exigências, o som traz uma revolução a um processo inacabado. Que não atinge apenas o entretenimento das pessoas que ao cinema tem acesso, e que, como visto, compõem uma minoria no território brasileiro. As mudanças são amplas em distintos setores da vida social, em geral, e não tem fronteiras. Como se lê na continuação da nota relativa a Argentina, publicada na nota da revista portenha.

Um outro ponto tratado é o da crise que o filme sonoro veio provocar entre os profissionais que empregaram sua atividade nas orquestras do cinema. [...] Em poucos dias foram dispensados 140 músicos das orquestras de vários salões de Buenos Aires. A crise é mundial. Só nos estados Unidos as dispensas atingiram 250 mil artistas. (CINEARTE, 2 de outubro de 1929, nº 188, p. 3)

Até mesmo os núcleos centrais de propagação não estavam imunes.

Os pequenos exibidores dos Estados Unidos, em vista dos preços cada vez mais excessivos cobrados pelos filmes falados vão dirigir-se ao governo de Washington como último recurso, fundamentados em uma acusação formal de existência de "trust". (CINEARTE, 7 de agosto de 1929, nº 180, s/nº)

Na Alemanha, a conversão foi um processo doloroso que chegou a custar dois milhões de marcos, gastos com as produções mais onerosas e adequação de todo o sistema, ao mesmo tempo que presenciava uma redução das oportunidades de exportação. E na França, como mostram as notas publicadas na primeira edição de agosto de 1929, a situação não era menos crítica.

O advento do som, trouxe à tona a emblemática questão da língua que resguardava o tema ainda atual das consolidações das nações. Em medidas de proteção aos interesses nacionais, contra uma hegemonia norte-americana no setor cultural que, como visto, se estendia ao mercado de bens de consumo, são tomadas medidas de restrição à entrada dos produtos yankees. Estes, porém, respondem à altura, conscientes de já haverem desenvolvido a dependência externa no setor.

A pedido das grandes marcas de Hollywood o Departamento de Estado de Washington informou ao governo francês que os filmes yankees serão completamente retirados do mercado francês, caso se estabeleça em França o princípio da proporção de quatro filmes por um francês comprado ou exibido nos Estados Unidos. (CINEARTE, 7 de agosto de 1929, nº 180, s/nº)

Na mesma edição encontram-se os desdobramentos da disputa.

Cerca de mil exibidores franceses vão apelar para o primeiro ministro Poincaré afim de que empregue os seus bons ofícios para pôr um termo à controvérsia com as marcas yankees. Dizem eles que se a atual situação se prolongar por mais um mês terão que fechar os seus cinemas. Eles estão em pleno regime da “fome de filmes”. (CINEARTE, 7 de agosto de 1929, nº 180, s/nº)

E a solução foi amenizar as regras proibitivas.

Em vista da retirada dos representantes das marcas produtoras yankees do território francês, os exibidores franceses organizaram um novo plano para substituir o plano de limitação causador da crise. Pelo novo plano poderão entrar anualmente no mercado francês 515 filmes estrangeiros. (CINEARTE, 7 de agosto de 1929, nº 180, s/nº)

E mesmo na Inglaterra, onde a língua inglesa, a princípio, não deveria ser um obstáculo, as resistências são manifestas.

Na Inglaterra a propaganda que se faz contra o filme sonoro aumenta a cada dia. [...] Daí movimentam-se os produtores ingleses que ainda agora acabam de constituir com produtores alemães empresa formidável com um capital de 300 milhões de dólares, 2 milhões e 500

mil contos mais ou menos, para combater na Europa o monopólio do filme americano [...] (CINEARTE, 2 de outubro de 1929, nº 188, p. 3)

Diante do controverso cenário, são retomadas as conversações acerca da Alliance Cinématographique Européene (ACE) – Aliança Cinematográfica Européia, que tiveram início em 1924 e geraram a fundação da Aliança em 1926. Mas seria simplificar demais o contexto, partir de um pensamento de nações claras e territorialmente definidas para compreender os movimentos que envolviam uma indústria, que a estas alturas, era transnacional. Não apenas no sentido idílico de trocas artísticas e experiências harmônicas entre os profissionais envolvidos, mas na direção do sentido mercadológico, financeiro e de poder hegemônico que o processo também envolvia.

Para seguir nessa rota, faz-se necessário considerar que a Europa ainda vivia sob as regras estabelecidas nos tratados do pós-Primeira Guerra Mundial. E isso afetava o negócio da produção cinematográfica. Quando decide se aproximar da França, vendo no mercado francês a possibilidade de bons resultados para a sua política de exportação, a Alemanha precisa jogar conforme as regras remanescentes do conflito, e o mercado que se configurou durante a consolidação do cinema mudo.

Com base no apoio que recebia devido à rejeição da possibilidade dos filmes norte-americanos dominarem os mercados europeu e internacional no momento decisivo da transição do filme mudo ao falado, França e Alemanha, desconsiderando antigas desavenças, estabelecem um modo de co-produção de filmes que viabilizasse as normas de cotas de mercado que proliferavam no período.

De acordo com o acordo de cotas de 1930, as versões francesas de filmes rodados na Alemanha eram consideradas como filmes franceses. Vale ressaltar, que no período ainda não estava definido se a melhor estratégia a adotar eram os MLVs – versões multi-línguas, filmes dublados, ou filmes legendados. A primeira possibilidade era a mais cara, mas foi a adotada pelos estúdios alemães da época. De acordo com os tratados da fundação de 1926, a partir da iniciativa da Ufa, a ACE é uma companhia subsidiária francesa com base em Paris.

A entidade consistiu em cinco ramos (Paris, Bordeaux, Marselha, Lyon e Estrasburgo) que tiveram de tomar decisões a partir da sede, bem como de duas agências (Lille e Bruxelas, na Bélgica) que foram autorizados a agendar filmes de forma independente. Embora ACE fosse oficialmente uma empresa francesa, a Ufa sempre indiretamente

deteve 100 por cento do capital social de dois milhões de francos.¹¹¹
(WAHL, 2010, p. 241)

No outono de 1930 foi lançado o primeiro filme em MLV da aliança, o que marcou o ressurgimento das atividades estrangeiras do grupo. E no primeiro ano de atuação foram registrados acréscimos nos lucros vindos destes mercados. Com a regulamentação das cotas na França, os produtos confeccionados pela ACE entravam no mercado francês como sendo franceses. Por outro lado, a Alemanha restringia a entrada no mercado alemão dos filmes produzidos pela Paramount com sede na França.

Como a situação econômica da Ufa era problemática, e a depressão de 1929 afetou o mercado mundial, era natural a busca por novas fontes de recursos, principalmente para viabilizar a realização dos caros filmes sonoros. Uma solução viável encontrada passava pela Comissão de Reparação da Guerra (Reparationskommission) das Forças Aliadas que supervisionavam as reparações determinadas à Alemanha pagar após a Primeira Guerra. Como esclarece Wahl.

É difícil entender exatamente e rastrear essas atividades por meio de poucos documentos sobreviventes Ufa. No entanto, a idéia geral parece ter sido a seguinte: o Ministério das Finanças francês estava de posse dos acordos da Repko¹¹² em Reichsmark¹¹³ e, portanto, das obrigações em moeda escritural do governo alemão. Estes acordos foram estendidos a ACE, que por sua vez os usou para comprar filmes da Ufa para o mercado francês. (WAHL, 2010, p. 243)¹¹⁴

Assim, a Ufa podia financiar parte dos custos das produções em MLV, principalmente para as versões francesas. E, com a intenção de boicote aos produtos norte-americanos, era mais favorável à França a importação destas produções da Ufa.

Wahl esclarece, no entanto, a existência de obstáculos a essa tramitação, pois a Ufa, tinha que reembolsar o Ministério de Finanças da França em francos e moeda

¹¹¹ Tradução da autora: "The entity consisted of five branches (Paris, Bordeaux, Marseille, Lyon and Strasbourg) that had to take orders from headquarters, as well as of two agencies (Lille and Brussels in Belgium) that were allowed to schedule films independently. Although ACE was officially a French company, Ufa always indirectly held 100 percent of the capital stock of two million francs."

¹¹² Abreviatura de (Reparationskommission) - Comissão de Reparação da Guerra

¹¹³ Unidade da moeda alemã no período, substituída pelo marco alemão.

¹¹⁴ Tradução da autora: "It is difficult to exactly understand and trace these activities by means of few surviving Ufa documents. Nevertheless, the general idea appears to have been the following: the French Ministry of Finance was in possession of Repko acceptances in Reichsmark and thus of cashless obligations of German government. These acceptances were lent to ACE, which in turn used them to buy films from Ufa for the French market."

estrangeira, o que era um problema na época. Além disso, os fiadores exigiam garantias antes de aceitarem os acordos. Na França, o principal fiador era o maior banco do país, Crédit Lyonnais que chegou a conceder somas superiores a 12 milhões de francos.

Na Alemanha, o fiador principal era Otto Wolff, membro da direção da Ufa e ativo advogado de política e economia entre a Alemanha e a França durante a década de 20. E estes fiadores exigiam compensações pelos seus serviços. Mas o sucesso de tal estratégia chegou logo a um final, com a extinção do comitê de reparação a partir dos efeitos do Plano Young, de 1929, e da moratória do presidente Hoover em 1931. Mas o sistema MLV, neste meio tempo já havia se tornado oneroso para continuar na concorrência, e o projeto como um todo acabou se mostrando ineficiente. Wahl destaca duas razões principais para o desfecho. Uma relacionada à mídia e outra a questões políticas e artísticas.

A primeira ameaça para as versões de língua estrangeira foi o rápido aumento do número de filmes americanos franco-dublados no mercado, que encontraram crescente aceitação por parte do público francês. [...] A segunda razão para os problemas que Ufa começou a enfrentar com suas versões em língua estrangeira de 1933 foi a visível decadência na qualidade dos filmes devido à hemorragia de talentos, com milhares de pessoas ativas na indústria cinematográfica alemã forçadas a fugir do país por motivos raciais e / ou políticos. (WAHL, 2010, p. 243)¹¹⁵

Ao analisarmos a trajetória desenvolvida por Erich Pommer, que era o produtor executivo responsável pela unidade de filmes sonoros da Ufa, podemos ter uma compreensão mais ampla das ações adotadas pela indústria cinematográfica alemã para enfrentar os desafios trazidos pelo novo momento. E, conseqüentemente, pelo mercado internacional como um todo.

Os Estados Unidos, após um breve momento de oscilação, rápido optou pela produção de filmes acompanhados de legenda e pela dublagem, com instalação de estúdios de dublagem em diferentes países. Esta decisão era bem mais viável

¹¹⁵ Tradução da autora: "The first threat to the foreign-language versions was the quickly increasing number of French-dubbed American films on the market, which found rising acceptance on the part of the French public.[...] The second reason for the problems Ufa began to face with their foreign language versions from 1933 was highly visible decay in quality due to the hemorrhage of talent, with thousands of people active in the German film industry forced to flee the country for racial and/or political reasons."

economicamente do que a realização do mesmo filme em diferentes línguas, o que exigia a escalação de distintos atores para filmar nos mesmos sets montados.

Mas para chegar a esta postura, os EUA primeiramente observaram a aceitação dos seus produtos em diferentes mercados nacionais. E também investiram na melhoria da qualidade da tecnologia de dublagem.

O público alemão, no entanto, foi resistente às legendas e demorou para aceitar o sistema de dublagem. Partindo dessa experiência, Pommer seguiu com os investimentos em filmes em MLV. E com os custos que esta decisão representava.

Importante notar, que, tendo como ponto de análise as revistas Fon-Fon e Cinearte, o cinema alemão continuava a ser o que ocupava as páginas das publicações, juntamente com a avassaladora campanha norte-americana. Em dezembro de 1930, a revista Fon-Fon publica o material de divulgação de “Melodia do Coração” (Melodie des Herzens – 1929), de Hanns Schwarz, lançado na Alemanha em 1929.

Sobre as filmagens do primeiro filme falado alemão, sob supervisão de Pommer, Hardt esclarece que o filme foi rodado na Hungria e que durante a produção, inicialmente para ser uma produção silenciosa, Pommer recebeu ordens para que fosse rodado como sonoro. A pressão sobre o chefe de som, Fritz Thiery, teria sido imensa. E os trabalhos nos estúdios, ininterruptos.

O primeiro longa-metragem sonoro da Ufa era tanto um filme transnacional como inovador. Ele também foi exibido como filme mudo, já que muitos teatros não tinham tecnologia de som. Como filme sonoro, gerou a fórmula que a Ufa usaria, por algum tempo, para seus filmes internacionais de prestígio – filmagem de versões estrangeiras. Com seu elenco original, Melodia do Coração também foi filmado em Inglês, Francês e Húngaro. (HARDT, 1996, p. 130)

Devido a sua característica essencialmente musical, “Melodia do Coração” direcionou Pommer para o gênero que viria a ser um sucesso à época – a opereta. Era também uma resposta aos musicais norte-americanos, com o atrativo do charme vienense da ópera.

Em agosto de 1930, a unidade de filmes sonoros da Ufa lança outro marco na história do cinema alemão: “O Anjo Azul” (Der Blaue Engel, 1930). O filme reúne o consagrado ator Emil Jannings com a ainda estreante Marlene Dietrich. E é dirigido pelo já reconhecido internacionalmente Josef von Sternberg. Tanto Jannings como

Sternberg eram conhecidos nos Estados Unidos e auxiliavam nos planos de exportação do filme pela Ufa. (Figura 44)

Figura 44 - Cartaz do filme “Der Blaue Engel”



Fonte: Deutsche Kinemathek - Museum für Film und Fernsehen, Berlin

Legenda: Marlene Dietrich e Emil Jannings. Divulgação do filme Der Blaue Engel – 1930, Sternberg (O Anjo Azul).

A experiência de Sternberg nos EUA também trazia *know-how* para a realização de um filme sonoro. A escolha do roteiro, baseado na novela “Professor Unrat” (Professor Unrat, 1905), de Heinrich Man, trazia elementos de crítica social, mas as canções davam um tom de opereta à produção. (Figura 45)

Figura 45 - Material de divulgação com partitura



Fonte: Deutsche Kinemathek - Museum für Film und Fernsehen, Berlin

Legenda: Material de divulgação do filme Der Blaue Engel – 1930, Sternberg (O Anjo Azul) com as partituras.

Como resultado dessa união de talentos, o filme rapidamente atingiu o sucesso junto ao público e abriu as portas de Marlene Dietrich para Hollywood. Os executivos da Ufa, não percebendo a atração exercida pela atriz, não renovaram o seu contrato. (Figura 46)

Figura 46 - Foto de cena do filme “Der Blaue Engel”



Fonte: Deutsche Kinemathek - Museum für Film und Fernsehen, Berlin
 Legenda: Marlene Dietrich e Hans Albers. Divulgação do filme Der Blaue Engel – 1930, Sternberg (O Anjo Azul).

A necessidade de fazer distintas versões para diferentes países fazia com que um mesmo filme fosse filmado em um mesmo set com um elenco diferente. O que dava preferência a atores bilíngues que pudessem atuar em diferentes versões. No caso de “O Anjo Azul”, no entanto, “[...] em contraste com a metodologia aplicada à versão óptica *Melodie des Herzens*, os atores alemães não foram dublados mas tiveram que falar inglês, seus acentos sendo explicados no script.” (WAHL, 2010, p. 238)

No caso da apresentação do filme na França, a opção foi “[...] a supressão da pista do diálogo e a sua substituição por letreiros, que poderiam ser trocado de país para país, assim como no período mudo [...]”¹¹⁶ (WAHL, 2010, p. 240) o que, segundo a autora, causou o desgosto da crítica.

O forte sotaque alemão de Marlene Dietrich foi comentado na revista *Cinearte* de junho de 1931, na matéria “O diretor de Marlene” sobre o trabalho de Josef von Sternberg quando os dois já se encontravam em Hollywood.

¹¹⁶ Tradução da autora: “[...] the suppression of the dialogue track and its replacement by intertitles, which could be exchanged from country to country just as in the silent period [...]”

Ela fala inglês com um R muito acentuado. [...] Ela devia dizer uma frase bem curta: “It is warm up here”. Havia dois R na fala. Ficaram, para fazê-la falar corretamente, perto de uma hora ensaiando, até que se satisfizesse o diretor. [...] quem ali perto de mim se achava, disse-me que o mesmo martírio se dava durante todo o filme. [...] O seu método de trabalho é feito todo, principalmente para atingir a nova meta dos filmes falados americanos. Tem mais ação e menos diálogos, o menos possível mesmo. (CINEARTE, 3 de junho de 1931, nº 275, p. 9)

Em um período de definições que caracteriza a transição do cinema mudo para o falado, a questão da língua inglesa é relevante à questão da mundialização da cultura. Considerando a distinção proposta por Ortiz entre “global” e “mundial”. (ORTIZ, 1994a, p. 29) Onde a mundialização também significa “[...] uma ‘visão de mundo’, um universo simbólico [...]” (ORTIZ, 1994a, p. 29)

A análise sugerida por Ortiz se relaciona a um momento posterior ao do período analisado. Onde as indústrias da cultura já estão consolidadas e a circulação de bens simbólicos ocorre no nível mundial em uma velocidade e interpenetração mais dinâmicas. Mas o exemplo da expansão da língua inglesa, a partir da sua adoção pelo cinema, que ganha força no momento estudado, sinaliza a formação das bases que viriam a viabilizar as dinâmicas atuais.

Ao seguirmos o caminho proposto pelo autor, parte-se do entendimento de que “[...] a evolução cultural norte-americana se faz orientada por dois princípios: a concepção puritana da vida e o sucesso da sociedade capitalista.” (ORTIZ, 1994a, p. 189) Onde, a princípio, “[...] as grandes inovações modernistas nos EUA eram o jazz e o cinema, ambos centralizados pela indústria cultural e ignorados pelo universo ‘culto’.” (ORTIZ, 1994a, p. 189)

Como citado anteriormente, em um primeiro momento da transição para som no cinema, com os EUA tendo criado uma vasta rede de exibição em territórios estrangeiros ao seu, a recepção dos filmes em língua inglesa foi controversa e gerou o repúdio em distintas nacionalidades. Neste momento, até mesmo a Inglaterra integrava um discurso protecionista, por considerar o sotaque yankee uma deturpação da língua original.

Esta atitude coincide com um momento em que as hierarquias entre universos “cultos e “incultos” partiam da realidade europeia. Em consonância com a noção em que “[...] a leitura que a tradição sociológica faz da autonomia das esferas das artes representa uma visão europeia”, (ORTIZ, 1994a, p. 191) esta concepção revela uma

suposição de um momento “moderno” em que as artes estabeleceriam as normas da produção cultural, que seria substituído por um outro momento “pós-moderno” em que “[...] essa autoridade se debilita.”

Porém, como a maior parte do planeta nunca esteve sob a determinação das artes sobre a cultura – como na Europa -, o momento “pós-moderno” seria o comum, sem ter passado pelo “moderno” – determinado por uma visão das artes eurocêntrica. O que torna os conceitos, com relação à cultura, frágeis.

Isto porque, nos Estados Unidos, novo centro irradiador, não é a fragilidade do seu processo de industrialização – como no caso brasileiro – que compromete o processo de autonomia da esfera das artes. É o capitalismo que constrói o mercado como fonte de “[...] autoridade artística e cultural.” (ORTIZ, 1994a, p. 191) “O exemplo de Hollywood, onde trabalham escritores medíocres e talentosos, é marcante. [...] nos Estados Unidos a noção de modernidade se vincula à publicidade, ao mercado, à ‘cultura de massas’”. (ORTIZ, 1994a, p. 191) Dificultando às artes formar um modelo hegemônico para a esfera cultural.

O que se percebe na análise que Lucy Fischer (2003) faz sobre a recepção do Art Deco, em um primeiro momento, nos Estados Unidos. O movimento, foi oficialmente apresentado ao mercado na “Exposição Internacional de Artes Decorativas e Industriais Modernas” (Exposition Internationale des Arts Décoratif et Industriels Modernes), realizada em Paris de abril a outubro de 1925. Evento que não contou com a participação dos EUA, o que teria desencadeado em alguns meios a rejeição ao estilo, à época referido como Estilo Moderno ou modernismo.

A autora comenta a opinião de um jornalista do período, em que o motivo de os Estados Unidos não terem um pavilhão de apresentação na exposição era o pouco interesse de artistas e da população em geral em estilos modernistas de decoração. Segundo Fischer, o autor conclui dizendo que os americanos não estariam inclinados para este caminho, e que a exposição havia sido a maior mostra de mau gosto que o mundo já assistira. (FISCHER, 2003, p. 21) Ortiz já alertara para o fato de à época, os artistas norte-americanos viajarem para a Europa, por não encontrarem no seu país a possibilidade de desenvolver a sua arte.

A partir de relatos posteriores à Exposição, Fischer nota que, depois de um primeiro momento reativo, os comentários passam abordar a contradição dos norte-americanos urbanos - acostumados com os designs de carros e aviões, postos de

gasolina e com o uso de eletrodomésticos, viverem em casas onde o mobiliário remontava o século XVIII. E destaca reportagens, já por volta de 1930, que consagram o Art Deco como um movimento vibrante, quando a sua adoção pela Escola de Nova Iorque significa estar no patamar das escolas de arte de Paris, Roma, Viena e Berlim. (FISCHER, 2003, p. 23)

Seguindo a argumentação de Ortiz, em direção à mundialização, ele questiona o que substituiria a tradição e as artes, quando estas deixam de ser os padrões mundiais de legitimidade. E propõe uma resposta utilizando como exemplo a língua e considerando que, em uma cultura mundializada, a existência de uma cultura não é sinônimo de aniquilamento da outra. As culturas coabitariam e se alimentariam umas das outras.

A expansão da língua inglesa norte-americana estaria ligada, entre outros fatores, ao peso de uma indústria cultural que tem origem nos EUA. Mas para “[...] existir enquanto língua mundial, o inglês deve se nativizar, adaptando-se aos usos de culturas específicas.” (ORTIZ, 1994a, p. 28) Ele teria uma característica de transversalidade dentro de um espaço transatlântico, uma vez que uma “[...] língua não existe apenas como estrutura, objetivamente transcendente ao sujeito falante, é necessário contextualizar o seu uso.” (ORTIZ, 1994a, p. 29)

Vimos como o inglês, ao se caracterizar como língua mundial, deixa de ser britânico ou americano. O idioma perde a sua territorialidade original para se constituir uma língua “bastarda”, adaptada às “distorções” que as culturas lhe infligem. [...] Não devemos, porém, imaginar que a realidade marcante do inglês no cenário internacional resulte apenas do desejo de comunicação das almas de uma aldeia global. Pelo contrário, nos deparamos com uma instância mundial na qual se cristalizam outras fontes de autoridade. [...] As forças simbólicas que determinam o mercado linguístico definem aqueles que falam e os que escutam. O princípio da autoridade se reforça no momento em que a comunicação se realiza. (ORTIZ, 1994a, p. 192)

Pressupondo que tal situação se configura no período analisado neste estudo, principalmente no processo de transição do cinema mudo para o falado, e nas decisões mercadológicas que ele provoca, poderia se chegar no ponto em que Ortiz avalia na sequência.

Paradoxalmente, nos encontramos diante de uma situação na qual as pessoas apreciam o que não entendem. Elas escutam porque crêem.

Isto é, a legitimidade do inglês é tal, que nesses casos ele prescindiria do entendimento daqueles que o empregam. (ORTIZ, 1994a, p. 193)

Mas enquanto as soluções para os filmes sonoros são buscadas, o público tem acesso a diferentes produções e acompanha as experiências. Em setembro de 1930, o filme “Flor do Asfalto” (Asphalt, 1929) da Ufa, dirigido por Joe May, é bem recebido pelo comentarista de Cinearte.

Flor do Asfalto é um esplêndido filme por muitos motivos. Pela sua história. Pela sua interpretação. Pela sua fotografia exuberante. E principalmente pela sua direção. [...] Joe May, para contar a história, serviu-se apenas de imagens. Aplicou uma dose quase insignificante de títulos falados. Quase nenhum subtítulo. Agiu com a câmera. E com ela fez prodígios. Fotografou lindamente, artisticamente, formidavelmente, toda a luta moral das cinco personagens capitais do filme. [...] (CINEARTE, 3 de setembro de 1930, nº 236, p. 28)

E na revista Fon-Fon também se encontram elogios à produção.

É um drama social com todos os característicos dos estúdios germânicos que não produzem películas para gastar filme virgem com futilidades. [...] A direção do filme é de um grande poder de realismo. [...] A sincronização da película é de molde a deixar uma impressão agradabilíssima.” (FON-FON, 6 de setembro de 1930, nº 36, p. 70)

“Flor do Asfalto” é um filme de 1929 realizado na unidade de produção de Erich Pommer. Como visto, Pommer chegava dos Estados Unidos com uma estratégia mais voltada para produções populares de alta qualidade e um cinema de entretenimento internacional. Essa postura o distancia dos seus primeiros trabalhos na Decla-Bioscop e Ufa que privilegiavam um cinema “de arte”, mais autoral como “O Gabinete do Dr. Caligari”, de Robert Wiene, “Os Nibelungos” (Nibelungen, 1924), de Fritz Lang e “Fausto”, (Faust, 1926) de Murnau.

O diretor é Joe May, veterano diretor alemão que começou as atividades em 1911. Como protagonista, Pommer escalou a atriz norte-americana Betty Amann, que veio com ele dos Estados Unidos. Para o cenário, são chamados nomes de vulto, começando com a parceria já comentada de Herlth e Röhrig, que se distanciam do projeto, sendo substituídos por Erich Kettelhut. (Figura 47)

Figura 47 - Atriz Betty Amann, de “Flor do Asfalto”



Fonte: Cinearte, 1º de maio de 1933, nº 368, p. 41¹¹⁷Hemeroteca Digital Brasileira.
 Legenda: Betty Amann, a "Flor de Asfalto" que seduziu Gustav Fröelich naquele filme estupendo da Ufa. Já naquele tempo as morenas faziam pensar [...]

Tendo sido redescoberto e restaurado na metade dos anos 1990, “Flor do Asfalto” é hoje um filme considerado do gênero “filmes de rua” (strassenfilm), uma reação aos filmes expressionistas e aos épicos monumentalistas, bem como ao “Kammerspiel”, dos dramas psicológicos e espaços fechados. Os filmes de rua “[...]eram vistos como representantes de uma nova forma de realismo social e pragmatismo no cinema alemão, associado com o amplo movimento artístico e intelectual da ‘nova sobriedade’ (Neue Sachlichkeit).” (BERGFELDER; HARRIS; STREET, 2007, p. 116)

Em sua abrangência, os filmes que compõem a “nova sobriedade” vão desde alegorias simbolistas, parábolas urbanas, dramas sociais, passando por protoneorealismo até, os documentários associativos ou semidocumentários como “Berlim, Sinfonia da Metrópole” (Berlin, die Sinfonie der Grossstadt) e “Menschen am Sonntag”.

O denominador comum em todos esses filmes foi a preocupação com a vida da cidade contemporânea e, mais geralmente com as condições materiais e efeitos psicossociais da modernidade, especialmente a

¹¹⁷ Apesar de a foto ter sido publicada em 1933, fora, portanto, do prazo analisado pelo presente estudo, considerou-se relevante a sua inserção no conteúdo a título complemento de informação.

velocidade, aceleração e aumento anonimato da vida urbana.¹¹⁸ (BERGFELDER; HARRIS; STREET, 2007, p. 117)

Uma das principais características dos “filmes de rua” (strassenfilm) em relação aos filmes do “Kammerspiel” é o contraste entre espaço doméstico e esta nova “rua” que se configura. “Flor do Asfalto” é, hoje, visto como um dos precursores do “filme noir” americano, tanto pela sua estética como pela narrativa apresentadas. Mas na época, de certa forma sintetizou a estratégia a ser adotada por Pommer.

A história no geral adere a um princípio de unidade de tempo e espaço - que se desdobra em dois dias consecutivos com a noite intervindo, uma estratégia comum de compressão de tempo na Hollywood clássica, enquanto espacialmente ele se concentra em um número limitado de lugares.¹¹⁹ (BERGFELDER; HARRIS; STREET, 2007, p. 117)

Os cenários do filme desempenham um papel importante na narrativa, que conta a história de uma ladra sedutora que conhece a vida underground das ruas de Berlim e busca a redenção ao conhecer um rapaz honesto que promete esperar por ela. Como percebido no comentário de Fon-Fon: “Os ambientes são apresentados com um rigor de observação e de detalhes que honram muito a cinematografia germânica.” (FON-FON, 6 de setembro de 1930, nº 36, p. 70)

No período de transição do cinema mudo para o cinema falado, os cenários ganham uma importância ainda maior, pois uma mesma concepção e construção são utilizadas para as diferentes versões, com elencos diferentes. No caso de “Flor do Asfalto”,

[...] os interiores do filme são projetados por um lado como espaços de pura ação, facilitando a narrativa se desenrolar sem grande distração. [...] Ao mesmo tempo, [...] que podem neutralizar ou tornar ambígua a passagem moral proclamada ou implícita do filme.¹²⁰ (BERGFELDER; HARRIS; STREET, 2007, p. 123)

¹¹⁸ Tradução da autora: “The common denominator across all these films was a preoccupation with contemporary city life and more generally with material conditions and psychosocial effects of modernity, especially speed, acceleration, and increasing anonymity of urban living.”

¹¹⁹ Tradução da autora: The story on the whole adheres to a principle of unity of time and space - it unfolds over two consecutive days and the intervening night, a common strategy of compressing time in classical Hollywood, while spatially it focuses on a restricted number of locations.

¹²⁰ Tradução da autora: “the films interiors are designed on one hand as pure action spaces, facilitating the narrative to unfold without major distraction [...] At the same time [...] they may counteract or render ambiguous the film's proclaimed or implied moral message.”

Para naturalizar os espaços ficcionais criados para o filme, são incluídos panoramas de locais reconhecíveis da cidade de Berlim. Imagens aéreas são utilizadas na montagem, quando o gangster do filme vai embora de avião rumo a Paris.

A capital francesa

[...] em contraste é uma criação inteiramente artificial do estúdio, não representada por monumentos famosos ou reconhecíveis, mas pelo lobby e fachada do Hotel d'Opera, e os cofres do Banque Industrielle de Crédit. Desprovida de qualquer aura espacial específica, Paris permanece, pelo menos neste filme, um espaço transitório e anônimo.¹²¹ (BERGFELDER; HARRIS; STREET, 2007, p. 123)

Anônima ou protagonista, Paris presente nas narrativas do período. E, como visto anteriormente, muitas vezes reconstruída nos estúdios. Como no caso do filme que marcou, de acordo com o relato das revistas analisadas, um momento importante da aceitação pelo público da transição do período mudo para o sonoro.

No caso, um filme da Paramount, que se passa em Paris, rodado nos estúdios de Hollywood, dirigido por Ernst Lubitsch, com direção de arte de Hans Dreier, também alemão, formado em Munique em engenharia e arquitetura, e que começou as atividades no cinema, na Ufa, e roteiro com colaboração de Ernst Vajda. O filme em questão é “Alvorada do Amor” (The Love Parade, 1929).

Com a raríssima cotação de “ótimo” na revista Fon-Fon, o filme, que foi apresentado em São Paulo poucos meses antes de “Flor do Asfalto”, ficou semanas em exibição. E pode-se perceber o entusiasmo que provocou nas palavras do autor da avaliação, em maio de 1930. Bem como a presença de aspectos transnacionais implícitos na avaliação.

Está plenamente lançado o filme opereta!¹²² Com a péssima primeira prova no Rio apresentada, o público contrariou-se. Agora porém ele demonstrou que sabe fazer justiça, enchendo, literalmente, em sessões seguidas, o salão elegante do Capitólio. E riu-se, e apaixonou-se, e emocionou-se com este delicado, encantador, perfeito trabalho da Paramount que pode ficar como um dos mais belos trabalhos da cinematografia mundial considerando-se a última

¹²¹Tradução da autora: “[...] in contrast is an entirely artificial studio creation, and not represented by famous or recognisable landmarks, but by the lobby and exterior façade of the Hotel d'Opera, and the vaults of the Banque Industrielle de Crédit. Devoid of any specific spatial aura, Paris remains, at least in this film, a transitory and anonymous space.”

¹²² Como visto anteriormente, a opereta é lançada em Melodia do Coração, e funciona como uma possível estratégia da unidade de Pommer aos musicais de Hollywood, agregando ao gênero características da ópera de Viena. No entanto, Lubitsch também é alemão, é nesse sentido compartilha com Pommer o background da ópera.

fase da arte. [...] Para Maurice Chevalier foi também uma grande vitória. [...] Alia a seu espírito bem parisiense, uma certa desenvoltura, uma certa graça, uma leveza de trabalho que a América, ou melhor, o sentir atual do mundo civilizado tanto aprecia. [...] ele traduz encantadoramente o espírito da canção “Paris! Paris! Je t’aime”[...] (FON-FON, 3 de maio de 1930, nº 18, p.68)

A revista Cinearte não fica atrás nos elogios prestados à produção. Em junho, o longo comentário revela a admiração provocada, e a cotação obteve um, também raríssimo, 10. Sobre o filme, consta que é

[...] um assombro. Assombro [...] não porque seja o maior dos filmes. Mas porque revela finalmente alguém que soube compreender o cinema falado. E soube aproveitá-lo dentro do que ele tem de aproveitável. E não gastá-lo totalmente como tem gasto muitos diretores de hoje [...] É o primeiro filme falado que tem cinema. Que tem detalhes. Que não deixou a voz matar o símbolo. E não permitiu ao canto suplantar a beleza do sofisma silencioso [...] Sempre formidável este Lubitsch! [...] Ele é completo. [...] Porque antes de mais nada ele tem cinema dentro do seu cérebro. Deram-lhe microfones. Exigiram que o filme falasse. Havia canto. Música. [...] Mas tinha possibilidades. Tinha um país imaginário. Um francês. Uma princesa. Pronto! Era o necessário para Lubitsch[...] O resultado aí está. Um filme puro. Cheio de fantasia, é certo. Mas cheio principalmente de encanto. [...] o reino imaginário. [...] A malícia de uma frase. A eloquência do silêncio. [...] Cinema falado assim estende-se até a China! [...] Um “talkie” esplêndido. Bateu todos os recordes de bilheteria aqui em São Paulo. (CINEARTE, 4 de junho de 1930, nº 223, p. 28)

As duas passagens mostram o imaginário trabalhado no cinema e tendo a aceitação do público que lota as sessões. Um diretor que sabe reunir e organizar os elementos de modo a produzir um filme que se comunica com as plateias do período. E traz para a produção Hollywoodiana as características das atividades em equipes que se unem para contar a história de forma a parecer que “[...] se estende até a China.”

O uso da linguagem do cinema, agora sonoro, para criar espaços e tempos deslocados, mas que contém o tempo da narrativa. A reunião de profissionais com distintas origens e experiências contribuindo para a construção do filme que vai viajar com suas imagens e sons, cidades e personagens além das fronteiras nacionais. O que nos permite avançar a uma análise transnacional do cinema que já se manifestava no período analisado. E chega até a questão de uma cultura que começa a dar sinais

de mundialização. Em uma aproximação ao que sugere Giuliana Bruno, em sua obra “Atlas of Emotions”.

Ela (a história do cinema) se move diacronicamente, progredindo de período a período, e fornece o histórico essencialmente temporal do ambiente. O espaço surge, na maior parte das vezes apenas em relatos de cinemas nacionais, e de uma forma redutora tende a limitar-se dentro das fronteiras de estados particulares. Relações interessantes surgem, no entanto, quando se tenta quebrar a teleologia do tempo e da cartografia de nacionalidade para organizar movimentos fílmicos em torno de viagem através das camadas duracionais de espaço e fragmentos espaço-temporais em habitação. A história espacial do filme poderia, por exemplo, construir uma colagem criativa das cidades cine, as cidades são "feitas" no cinema e recriadas em diferentes períodos históricos por cineastas de diferentes origens nacionais. Cidades em filmes não têm paredes rígidas ou fronteiras. Todavia situadas, elas são um caso transcultural.¹²³ (BRUNO apud BERGFELDER, HARRIS, STREET, 2007, p. 30)

¹²³ Tradução da autora: It (film history) moves diachronically, progressing from period to period, and provides essentially temporal history of the medium. Space emerges, for the most part only in accounts of national cinemas, and in a reductive way tends to confine itself within the borders of particular states. Interesting relations emerge, however, when one tries to break the teleology of time and the cartography of nationhood to organise filmic movements instead around travel through the durational layers of space and spatiotemporal fragments on dwelling. A spatial history of film could, for example, construct an inventive collage of cine cities, for cities are "made" in the cinema and recreated in different historical periods by filmmakers of different national backgrounds. Cities in films do not have strict walls or borders. However situated, they are a transcultural affair.

4 ELEMENTOS DE ART DECO E TENDÊNCIAS ESTÉTICAS

No capítulo anterior, buscou-se identificar elementos de uma cultura mundializada incipiente e um cinema transnacional, de trocas e influências, no período de 1927 a 1932, representados nas revistas Fon-Fon e Cinearte, e como este cinema, com suas características, integra a esfera da cultura e provoca reações. No presente capítulo veremos o papel de destaque que o movimento Art Deco vem a ocupar neste cenário. Com ênfase no comportamento apresentado através dos figurinos, modas e tendências apresentadas nas suas páginas.

Como visto anteriormente, os Estados Unidos, no período analisado, não careciam de industrialismo. Diferente do que ocorria no Brasil e países latino-americanos. Neste sentido, eles já se igualavam e ultrapassavam países europeus. Principalmente após a I Guerra Mundial, registrando uma abundância que marcou os anos 20. No entanto, o país carecia de uma arte legitimadora.

A adoção do Art Deco vai se encaixar de forma especialmente adequada nesta lacuna, devido as suas características ligadas ao moderno, à máquina, à vida urbana, à indústria. E mesmo os elementos de vanguarda, que poderiam significar uma ameaça à moral puritana, são absorvidos e redimensionados para um mercado consumidor, que é a base da sociedade capitalista. Em um movimento já previsto por Ortiz, na sua proposta de mundialização da cultura, quando ele utiliza o exemplo a adoção da língua inglesa em diferentes territórios em uma transversalidade que revela a globalização da vida moderna, enquanto a sua mundialidade preserva os outros idiomas, nativos, no interior do espaço transglóssico. (ORTIZ, 1994a)

Como o próprio modernismo, o Art Deco estava ligado à cidade (versus Art Nouveau, relacionado a eterna Natureza) e considerado por alguns o "estilo arranha-céu". As ligações do Deco à sofisticação urbana foram alardeadas em seu uso arquitetônico nas prestigiadas torres de escritórios, casas noturnas, hotéis, restaurantes, teatros e prédios de apartamentos. [...] O Deco estava conectado ao metropolitano.¹²⁴ (FISCHER, 2003, p.16)

Em sua adoção pelos EUA, o Art Deco atinge de forma impactante o cinema, a feminilidade, a moda, a modernidade e o próprio consumo. Tendo sido predominante,

¹²⁴ Tradução da autora: "Like the modernism itself, Art deco was tied to the city (versus Art Nouveau, wich was linked to eternal Nature) and deemed by some the "skyscraper style". Deco's links to urban sophistication were trumpeted in its architectural use in prestigious office towers, nightclubs, hotels, restaurants, theaters and apartment buildings. [...] Deco was connected to the metropolitan."

como uma tendência internacional, entre 1910 e 1935. Em sua formação, o movimento se nutre de diversos ramos e afluências, em um ecletismo que reúne fontes históricas e contemporâneas, basicamente do estilo vienense do Vienna's Wiener Werkstätte, estabelecido em 1903 a partir de uma comunidade de artistas visuais, e do Balé Russo. Mas, nas suas fronteiras flexíveis, encontram-se também as influências do Bauhaus, Cubismo, e Art Nouveau, sendo um movimento que se conecta com vários outros de forma inclusiva e com raízes emaranhadas. (Figura 48)

Figura 48 - Cartaz de Peter Behrens



Fonte: Kühnel, Lailach, Weber, 2003, p. 56.

Legenda: Cartaz de exposição de arte Darmstadt, de maio a outubro de 1901. De Peter Behrens, arquiteto alemão e um dos primeiros designers industriais. No início de sua vida profissional teve influências do simbolismo e do Art Nouveau. Publicação da exposição Avantgarde! De 6 de junho a 12 de outubro no Kulturforum, Berlin.

Do construtivismo e futurismo, ele herdou o amor à máquina; do expressionismo alemão, uma propensão para a distorção; do Ballets Russes de Sergei Diaghilev (que abriu em Paris em 1909 e permaneceu por muitos anos), ele pegou emprestado um senso de teatralidade [...] fomentando uma "visão night-club da vida". Enquanto, em um nível, o Deco se opunha ao Art Nouveau, ele também estava em débito com ele - às vezes adotando e adaptando a retórica do último de linhas sinuosas, curvas inversas de formas elípticas, formas

botânicas, e figuras femininas.¹²⁵ (FISCHER, 2003, p. 16) (Figura 49)
(Figura 50)

Figura 49 - Foto de Cecil Beton para Vogue de 1929

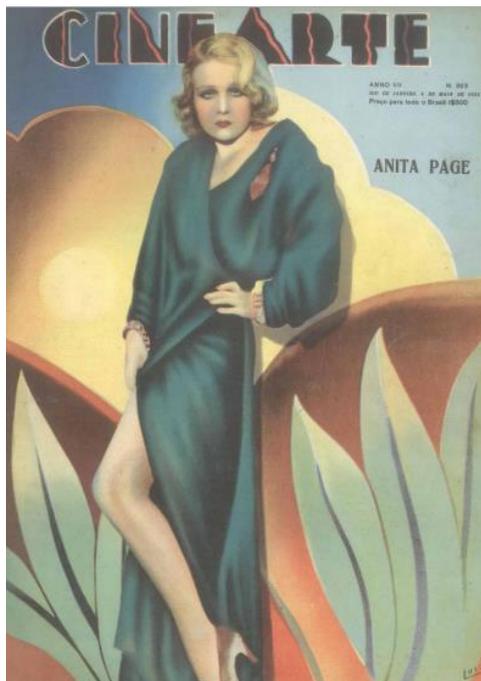


Fonte: Herschdorfer, 2013

Legenda: Fotografia de Cecil Beton, publicada em Vogue de maio 1929. Coming into Fashion - A century of photography at Condé Nast. Foundation for the Exhibition of Photography - FEP.

¹²⁵ Tradução da autora: "From constructivism and Futurism, it inherited a love of the machine; from German Expressionism, a penchant for distortion; From Sergei Diaghilev's Ballets Russes (which opened in Paris in 1909 and stayed for many years), it borrowed a sense of theatricality [...] fostering a "night-club vision of life". While, on one level, Deco opposed Art Nouveau, it was also indebted to it - sometimes adopting and adapting the latter's rhetoric of sinuous lines, whip-lash curves, botanical forms, and female figures."

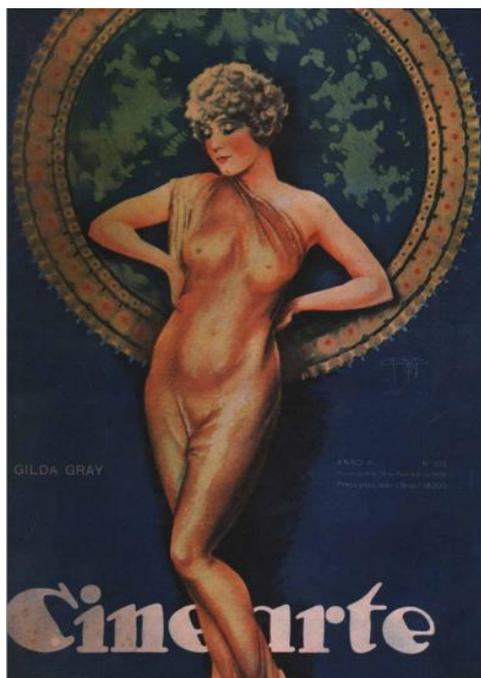
Figura 50 - Capa Cinearte de maio de 1932



Fonte: Cinearte, 4 de maio de 1932, nº 323, capa. Hemeroteca Digital Brasileira.

O ecletismo do Art Deco, permitia padrões simétricos, simplificações geométricas, formas puras, linhas e curvas, retângulos e triângulos adornados com círculos. E a combinação de distintos materiais como cromo e vidro azul, lâmpadas de metal e vidro que pareciam máquinas, castiçais de metal, lâmpadas de estilo cubista, máquinas que pareciam peças de museus. (Figura 51)

Figura 51 - Capa Cinearte de fevereiro de 1928



Fonte: Cinearte, 15 de fevereiro de 1928, nº 103, capa. Hemeroteca Digital Brasileira.

Havia uma retórica do mecânico e das novas formas de produção, e a racionalização se torna um lugar comum no design. A arte, funcionando, como exposto anteriormente, a serviço da industrialização e da sociedade voltada para o consumo. (Figura 52)

Figura 52 - Capa Fon-Fon de junho de 1928



Fonte: Fon-Fon, 30 de junho de 1928, nº 26, Capa. Museu Hipólito José da Costa.

O Deco como revelado nos Estados Unidos no primeiro terço do século XX foi um movimento artístico que era, na verdade [...] uma estratégia de publicidade dos anos 1920 e 1930. O Art Deco romantizava e depois vendia sabão, pneus, e bilhetes de trem.¹²⁶ (WINOKUR apud FISCHER, 2003, p. 43)

Em suas formas básicas, o Art Deco manifestava uma reação aos excessos da era vitoriana na Europa; em sua apropriação pelos EUA, ele provocava uma desordem e uma resposta aos costumes provincianos dos parentes do interior, em um contraponto entre o rural e o urbano.

No Brasil, no entanto, as mensagens das civilizações industriais e modernas, que circulavam, como vimos, nos núcleos de urbanização e industrialização incipientes, se confrontavam com o passado monárquico, escravocrata, de uma nação em busca de identificações com um universo fabril. Como mostra o texto da já referida colaboradora da revista Fon-Fon, Murilla Torres, em janeiro de 1928, sobre a mão-de-obra no país.

¹²⁶ Tradução da autora: “Deco as revealed in America in the first third of the twentieth century was an art movement that was actually [...] an advertising strategy of the 1920s and 1930s. Art Deco romanticized and then sold soap, tires, and train tickets.”

Só achamos “bonito” formarem-se os homens em direito e medicina, e as mulheres no magistério. [...] Alemão e americano do norte não acham “feio” nenhum trabalho. Não ligam aos títulos – honraria tola que substitui a nobreza balofa. Ford, o arquimilionário, com encantadora simplicidade pega de um machado e lenha um tronco e os seus empregados mais ilustrados não se vexam de varrer uma oficina. (FON-FON, 7 de janeiro de 1927, nº 1, p. 30)

A autora faz uma crítica ao que chama de “[...] ‘doutores’, almofadinhas enfezadinhos”, que só se julgariam “[...] ‘honrados’ vivendo ociosos pelos cinemas e lupanares [...]”. E conclui de forma a revelar um pensamento atávico à época que permeava o raciocínio do período.

Deixemos de tolices brasileiros! Todo o trabalho é digno. É muito mais útil (e só o que é útil tem valor) ser-se um bom carpinteiro do que um mau advogado. [...] Agora que já não temos o lombo do pobre negro onde descarregar o serviço pesado, e que, com a instrução mais cuidada, o número de serviçais vai diminuindo, tratemos de inventar máquinas que simplifiquem e suavizem o serviço para que este possa ser executado por qualquer. Aperfeiçoemos vassouras automáticas, tratores, lavanderias elétricas, etc. Todo o serviço é honroso e o homem prova a sua inteligência é estudando o meio de o executar do modo mais agradável possível. (FON-FON, 7 de janeiro de 1927, nº 1, p. 30)

A questão era inventar máquinas para suavizar e tornar “mais agradável” o trabalho que não era mais executado pelos escravos e serviçais. O trabalho braçal era honroso, desde que substituído pela máquina. Aí residiria a inteligência da aplicação da inteligência [...] tornar o trabalho menos trabalhoso.

Ao referir-se aos “‘doutores’, almofadinhas enfezadinhos” circulando ociosos pelos cinemas, Torres também confirma o caráter elitista que marcava as práticas relacionadas ao entretenimento. De forma bastante distinta ao que ocorria nos Estados Unidos, que permitia o setor cinematográfico movimentar e influenciar, de forma abrangente, distintas áreas do mercado de consumo. Onde a adoção de um movimento artístico como o Art Deco se faz de forma ainda mais incisiva.

Se, no entanto, houve um setor da cultura norte-americana, onde o Art Deco alcançou proeminência decisiva, foi no filme, um meio de entretenimento que, na década de 1930, atraía entre 60 e 90 milhões de espectadores americanos a cada semana. Não seria um exagero sugerir que a partir do final dos anos 1920 até meados dos anos 1930,

todos os aspectos da forma do filme foram afetados pelo Estilo Moderno (Style Modern).¹²⁷ (FISCHER, 2003, p. 24)

A proximidade do Art Deco com o cinema pode ser identificada, inclusive, nas cores predominantemente utilizadas de preto, branco e prata em uma relação com as cores do período do filme silencioso - preto e branco, ao qual alguns autores se referem como “tela de prata”.

A proeminência do Deco estava atrelada a uma forte orientação para o consumo, e com o auxílio do cinema, se impôs em todos os aspectos da cultura americana. O movimento continha um potencial igualitário, em que objetos caros tinham produções semelhantes acessíveis nas lojas de departamento. Onde matérias primas mais dispendiosas como a seda eram substituídas, por exemplo, pelo algodão. Essa característica da absorção do Deco nos EUA conferia ao movimento uma ideia de luxo democratizado.

Para os norte-americanos, o Art Deco associava-se à Europa – tendo Paris como centro do Continente europeu. Mas esta conexão não aconteceu de forma gratuita, uma vez que a “Exposição Internacional de Artes Decorativas e Industriais Modernas” de 1925, teve uma ampla cobertura no país. Com inúmeros objetos tendo sido expostos, em 1926, no Metropolitan Museum de Nova Iorque e depois enviados para galerias em pequenas cidades. (FISCHER, 2003) E em 1927, a loja de departamentos Macy’s, de Nova Iorque, promove a exibição “Art in Trade”¹²⁸. (BERGFELDER; HARRIS; STREET, 2007, p. 254)

Como consta na obra “Coming into Fashion – A century of Photography at Condé Nast”, organizada por Nathalie Herschdorfer, curadora da exposição de mesmo nome realizada em Paris, de março a maio de 2014, a revista Vogue publicou fotos do pintor e cineasta Man Ray na seção de moda da “Exposição Internacional de Artes Decorativas e Industriais Modernas” de 1925. A obra de Man Ray tinha influências do “surrealismo” e apresentava outras inovações.

Uma de suas mais representativas obras – Preto e Branco – foi usada para ilustrar um artigo sobre beleza em Vogue de 1926. As modelos de Man Ray pertenciam ao cenário da Paris avant-garde e seguiam as

¹²⁷ Tradução da autora: “If, however, there was one sector of American culture where Art Deco achieved decided proeminence, it was the movie, an entertainment medium that, by the 1930s, drew between 60 and 90 million American viewers each week. it would not be an overstatement to suggest that from the late 1920s through the mid-1930s, every aspect of the film form was affected by Style Moderne.”

¹²⁸ Tradução da autora: “Arte no comércio”

tendências de uma moda que casou sofisticação e primitivismo, tirando sua inspiração do avant-garde e de elementos exóticos, em particular a arte Africana.¹²⁹ (HERSCHDORFER, 2012, p. 38) (Figura 53) (Figura 54) (Figura 55)

Figura 53 - Foto “Black and White” de Man Ray, Vogue de 1926



Fonte: Herschdorfer, 2012, p.39

Legenda: Fotografia de Man Ray para Vogue de 1926 "Black and White".

¹²⁹ Tradução da autora: “One of his most representative photographs, ‘Black and White’ – was used to illustrate an article on beauty in *Vogue* in 1926. Man Ray’s models belonged to the Paris avant-garde and followed the tendencies of a fashion that married sophistication and primitivism, drawing its inspiration from avant-garde and exotic elements, in particular African art.

Figura 54 - Foto de Man Ray inspira outros trabalhos



Fonte: Cinearte, 6 de novembro de 1929, nº 193, p. 25. Hemeroteca Digital Brasileira.
Legenda: A foto de Man Ray inspirou outros trabalhos, chegou ao cinema e ao Brasil.

Figura 55 - Foto de Man Ray inspira outros trabalhos



Fonte: Cinearte, 3 de outubro de 1928, nº 136, p.3. Hemeroteca Digital Brasileira.

Legenda: Outra foto de inspiração no trabalho de Man Ray que chegou ao cinema e ao Brasil através de Cinearte. Atriz Eve Southern.

Outro fator para a adesão massiva aos produtos Art Deco está relacionado com a transnacionalidade do período, como observa Fischer:

Em parte, a influência da Art Deco nos filmes pode ter tido a ver não só com o amplo reconhecimento internacional, mas também com o número de imigrantes europeus que trabalham em Hollywood, que trouxeram com eles um senso do estilo continental.¹³⁰ (FISCHER, 2003, p. 25)

Outra característica do Art Deco que coincidiu com a realidade e necessidade norte-americana foi a colaboração promovida entre as artes e a indústria, isso porque havia no movimento uma proposta de “[...] combinar artesanato com a tecnologia e mesclar artesanato com a produção em massa.”¹³¹ (FISCHER, 2003, p. 15)

¹³⁰ In part, the influence of Art Deco on the movies may have had to do not only with broad international recognition but also with the number of European émigrés working on Hollywood, who brought with them a sense of Continental style.

¹³¹ Tradução da autora: “[...] combine craftsmanship with technology and merge artisanship with mass production.”

O resultado de tantas associações, derivaria no que, segundo Fischer, a teórica do cinema Mirian Hansen chamaria de “modernismo vernacular” que combinaria “[...] a dimensão do cotidiano, do uso diário, com conotações de discurso, idioma e dialeto.”¹³² (HANSEN apud FISCHER 2003, p. 24)

No Brasil, enquanto a realidade - inclusive de infraestrutura do país, apresentava obstáculos, a sedução do modo de fazer norte-americano extrapolava o sistema de estúdios e o próprio cinema. Tendo no modelo fordista um importante porta-voz, a colaboradora da revista Fon-Fon, Murilla Torres, após a leitura do livro do empresário, se rende às promessas do conforto.

Ford é o primeiro homem do mundo em sociologia. Enquanto socialistas, comunistas etc, se assanham e assanham o mundo com ideias impraticáveis, Henry Ford, placidamente, resolve a questão da miséria humana por meio da indústria inteligente. [...] O mundo inteiro deve seguir os seus métodos de trabalho porque em tais métodos é que se acha o conforto universal. (FON-FON, 1º de janeiro de 1927, nº 1, p. 34)

A ideia do conforto pode ser vinculada ao modo de vida americano apresentado em alguns filmes. Mas vai além deles, chega até as salas de cinema e abrange o local onde o filme é exibido - que se torna tão importante quanto a própria película a ser vista. É a época dos “Palácios de Cinema”.

Como citado anteriormente, a partir de relatos publicados na revista Fon-Fon, o cinema passou a fazer parte de práticas sociais dos circuitos elegantes do Rio de Janeiro e de São Paulo. O evento não se resumia a assistir ao filme, mas a todo um ambiente criado para a sua fruição.

Ao relacionar o Art Deco com a moderna cultura de consumo americana, Lucy Fischer propõe uma análise da mercantilização do tempo de lazer, em que, em uma sociedade industrializada capitalista, haveria o temor de que os trabalhadores escolhessem gastar os seus salários para comprar tempo livre em lugar de trabalhar mais horas para adquirir mais bens materiais. Como solução, os empresários ligados ao lazer teriam organizado atividades como esportes, teatro e entretenimento em eventos comerciais pagos. (FISCHER, 2003) E o cinema faria parte dessa dinâmica.

¹³² Tradução da autora: “[...] combines the dimension of quotidian, of everyday usage, with connotations of discourse, idiom, and dialect.”

Tendo os Estados Unidos como ponto de análise, Fischer expõe que os frequentadores das salas de cinema incluíam na sua programação, além do filme, todo o ambiente arquitetônico em que “[...] o cinema era o local de intercâmbio econômico desenfreado.”¹³³ (FISCHER, 2003, p. 186) Ao adquirir um ingresso, se teria acesso a um ambiente terapêutico, de diversão que estimularia as mentes e os corações cansados.

Walter Benjamin, em sua capacidade de observação do momento, não deixou passar as críticas ao cinema e as discussões a respeito de seu valor, ou não, como obra de arte. Ao propor que “[...] as massas procuram a diversão, mas a arte exige concentração”, (BENJAMIN, 1980, p. 26) o autor não tangencia a oposição entre diversão e concentração e sugere: “[...] aquele que se concentra diante de uma obra de arte, mergulha dentro dela, penetra-a como aquele pintor chinês cuja lenda narra haver-se perdido dentro da paisagem que acabara de pintar. Pelo contrário, no caso da diversão, é a obra de arte que penetra na massa.” (BENJAMIN, 1980, p. 26)

Sem fazer juízo de valor a respeito dos diferentes estados de observação, e ao discorrer sobre a arquitetura, que teria uma história mais antiga que qualquer outro tipo de arte, ele observa:

[...] o homem que se diverte pode também assimilar hábitos; [...] Por essa espécie de divertimento, pelo qual ela tem o objetivo de nos instigar, a arte nos confirma tacitamente que o nosso modo de percepção está hoje apto a responder a novas tarefas. E como, não obstante, o indivíduo alimenta a tentação de recusar essas tarefas, a arte se entrega àquelas que são mais difíceis e importantes, desde que possa mobilizar as massas. É o que ela faz agora graças ao cinema. Essa forma de acolhida pela seara da diversão, cada vez mais sensível nos dias de hoje, em todos os campos da arte, e que é também sintoma de modificações importantes quanto à maneira de percepção, encontrou, no cinema, o seu melhor terreno de experiência. Através do seu efeito de choque, o filme corresponde a essa forma de acolhida. Se ele deixa em segundo plano o valor de culto da arte, não é apenas porque transforma cada espectador em aficionado, mas porque a atitude desse aficionado não é produto de nenhum esforço de atenção. O público das salas obscuras é bem um examinador. Um examinador que se distrai. (BENJAMIN, 1980, p. 27)

Assim, em continuidade a sua reflexão sobre as salas de cinema e o consumo do lazer, Fischer propõe que com o ingresso “[...] o espectador comprou o acesso não apenas a um filme, mas a um ‘santuário da democracia’.” (FISCHER, 2003, p.

¹³³ Tradução da autora: “[...] movie theater was the site of rampant economic exchange.”

186) Seguindo a análise pelo movimento Art Deco, a autora avalia que é durante a predominância do mesmo na arquitetura que os maiores cinemas são construídos. Em um período que antecede a grande depressão de 1929, onde as características, entre outras, do Art Deco, de explorar o exótico e o primitivo, permitiriam ao frequentador das salas de cinema, viver a sensação de estar visitando a Grécia Antiga ou um Templo Romano. (FISCHER, 2003, p. 186) (Figura 55)

Figura 56 - Paramount Theater



Fonte: Fischer, 2003, p. 199.

Legenda: Auditorio do Cinema Paramount (Paramount Theater) “[...] com luminárias de teto flor-como, os seus baixos-relevos cenas tropicais, e seu estofamento de folha de videira padronizada”¹³⁴

No Brasil representado pela revista Cinearte, como visto, o desejo era de se aproximar ao cinema feito e consumido em Hollywood. E isto envolvia também as salas de exibição. Em 1927, diversos cinemas são construídos ou reformados, principalmente no Rio de Janeiro e em São Paulo, para buscar uma aproximação com esse universo cinematográfico norte-americano. Como mostra a seção “Cinemas e Cinematographistas” de fevereiro de 1927, ao informar sobre a inauguração de cinemas e a reforma de estabelecimentos existentes:

¹³⁴ Tradução da autora: “[...] flower-like ceiling light fixtures, its bas-relief tropical scenes, and its vine-and-leaf-patterned upholstery”

O cinema São José passou por grandes reformas, tornando-se um salão de projeção de primeira ordem. [...] o cine Central de Ubá, Minas [...] foi reaberto depois de remodelado. Tem nova pintura, outro mobiliário e novo aparelho. [...] O cinema Capitólio, que a empresa Serrador está construindo em São Paulo [...] está bem adiantado. [...] (CINEARTE, 2 de fevereiro de 1927, nº 49, p. 30)

Em maio do mesmo ano a seção “Chronica”, que na verdade funciona mais como um editorial da revista, exalta as alterações que ocorrem nos locais de exibição.

Ninguém pode negar a transformação que vai aos poucos sofrendo, entre nós, nas principais casas, o espetáculo cinematográfico, cada dia mais ao sabor das inclinações do público [...] Foi primeiro o Odeon, agora os dois cinemas explorados pela Paramount, o Capitólio e o Império. [...] Verificamos o fato com júbilo. Era uma das deficiências do espetáculo cinematográfico entre nós, deficiência contra a qual várias vezes nos manifestamos. (CINEARTE, 4 de maio de 1927, nº 62, p. 3)

Ao citar o sucesso do *Roxy* de Nova Iorque, o comentário, ao final é: “São fatos como esse que animam os capitais e resolvem os capitalistas.” (CINEARTE, 4 de maio de 1927, nº 62, p. 3)

Na mesma edição, a seção “Cinemas e Cinematographistas”, cinco fotos ocupam quase toda a página com as fachadas e interiores de cinemas de Serrador em São Paulo. A legenda dá detalhes das instalações:

Três dos cinemas que a empresa Serrador explora em São Paulo, o Royal e o Braz Polytheama. Contém o primeiro 900 poltronas, 30 frisas, 30 camarotes e 200 balcões; o outro, 32 frisas, 46 camarotes, 1200 poltronas, 500 balcões e 1000 gerais. O Sant’Anna tem 600 poltronas, 32 frisas, 32 camarotes e 400 balcões. (CINEARTE, 4 de maio de 1927, nº 62, p. 8) (Figura 57)

Figura 57 - Fachadas de Cinema em SP



Fonte: Cinearte, 4 de maio de 1927, nº 62, p. 8. Hemeroteca Digital Brasileira.
Legenda: Fachadas de cinemas reformados.

Ainda em 1927, no mês de outubro, na mesma seção é publicada a nota “A Cidade dos Cinemas”, onde se lê:

Por todos os cantos da nossa cara S. Paulo de Piratininga surgem novos cinemas. No Braz, no Bom Retiro, no bairro da Liberdade, no centro da cidade, lançam-se os alicerces de novas construções com aspecto característico. Toda gente que passa por perto desses tapumes e desses andaimes pergunta: que diabos estão a fazer? Adiantados os trabalhos surge um enorme cartaz que o proprietário da futura casa de diversões faz afixar no frontispício da construção: ‘Brevemente aqui o teatro X. P. T. O’. Com isso, os bairros felizes em que se realizam essas obras, vão se enchendo de vida e profusa iluminação e adquirem aos poucos a maior importância. Ontem víamos surgir no Bom Retiro o Cine Teatro Moderno; depois na vila Mariana apareceram novos cinemas; o Sr. Serrador inaugura, mais tarde, o colosso do ‘Capitólio’ na rua São Joaquim enquanto o público ansioso aguarda a abertura das portas do cine São Bento, em pleno coração da cidade na rua São Bento, perto da praça do Patriarca. Além desse, constroem-se na rua Vergueiro, em frente à rua Castro Alves o ‘Cine Teatro Paulistano’ e anuncia-se para amanhã a inauguração do Cine São Geraldo, à rua Cardoso de Almeida, nº 5.

Positivamente São Paulo está se transformando na ‘Cidade dos Cinemas’.” (CINEARTE, 5 de outubro de 1927, nº 84, p. 30)

Os representantes das grandes produtoras porém, são mais moderados em relação a reestruturação do circuito exibidor brasileiro. O gerente da Fox Film no Brasil, Roger Rosenvald, ao chegar de viagem aos EUA informa que dificilmente assistiremos a filmes, no país, como são apresentados na América do Norte. E, segundo o chefe do departamento estrangeiro da Ufa, Kurt Hubert. “O Brasil ainda não possui verdadeiramente grandes e modernos cinemas, mas a média das casas restantes é extraordinária.” (CINEARTE, 6 de abril de 1927, nº 58, p. 9)

Em entrevista a Cinearte, o representante geral das Empresas Reunidas – MGM e First National, Louis Brook, esclarece seus projetos de atuação no mercado.

Entrelaçamos justamente os nossos interesses com exibidores brasileiros, para não deixar a cargo exclusivo do exibidor a tarefa de apresentação do filme. A formação de um circuito sob a nossa supervisão obedeceu exclusivamente a esse intuito. Com a união desses elementos é que pretendemos tornar mais atraente a apresentação dos filmes no Brasil. (CINEARTE, 2 de fevereiro de 1927, nº 49, p. 3)

Mas é evasivo sobre a construção de “palácios de cinema”.

O Rio já está a exigir um grande, um verdadeiro teatro, com capacidade para uns cinco mil espectadores. A construção desse teatro não escapa às nossas cogitações. Reformamos o Rialto que sofreu radical transformação. É a segunda das nossas casas no centro.” (CINEARTE, 2 de fevereiro de 1927, nº 49, p. 3)

Enquanto isso, no entanto, os relatos apontam para situações distantes a uma simulação da Grécia Antiga. Na seção “A Tela em Revisa” o comentário sobre o filme “Norte do Alaska” (North of Alaska) da Sanford Produções compara: “Na tela muita neve, mas na plateia muito calor. E o Popular é uma casa que não possui um ventilador! Precisamos de quem olhe para o estado dos nossos cinemas.” (CINEARTE, 2 de março de 1927, nº 53, p. 28) E na mesma seção, em outra edição, ao relatar que o cinema Central estava vazio, o comentarista sugere que

[...] o público está com medo que o macaco que anda por cima do arame despenque lá de cima outra vez e venha a machucar alguém.

Este poeira¹³⁵ da Avenida é realmente incorrigível! Até hoje não houve um mínimo sinal de melhoramento. [...] O público de lá, pouca importância liga; o seu Zé da venda, o Joaquim da sapataria, a D. Zenóbia da pensão, o Alberto da padaria [...] O Central não devia estar na Avenida. Palavra que é uma vergonha! (CINEARTE, 4 de maio de 1927, nº 62, p. 28)

O processo de adequação dos cinemas centrais brasileiros aos moldes dos templos de lazer e consumo que se tornaram os cinemas norte-americanos vai, ao começar a alcançar uma visibilidade maior, se deparar com novos desafios que exigirão importantes correções de rota. A crise de 1929 provoca a retração no mercado e os cortes dos excessos que caracterizaram a ornamentação dos espaços durante o crescimento da economia dos Estados Unidos ao longo da década de 20.

E o Art Deco, um movimento consagrado e consagrador do cinema norte-americano no período analisado, tem o seu declínio anunciado com o fim dos anos 20, e do período de abundância do pós-Primeira Guerra Mundial a partir da quebra da bolsa e o início da Grande Depressão que caracterizam os anos 30. Um período que, como veremos a seguir, reúne as turbulências financeiras com as tendências de viés moralizador e autoritário que já se desenhavam antes mesmo da crise.

4.1 CÓDIGOS MORAIS, ABUNDÂNCIA, DECLÍNIO E REAÇÃO EM FON FON E CINEARTE

As pontes viabilizadas pelo Art Deco, a partir das interações do moderno com o antigo, o primitivo e o exótico, também funcionariam para a consolidação de um pensamento colonial, do ponto de vista dos colonizadores, nos Estados Unidos. A apropriação, através de objetos, de expressões externas, reafirmaria a posição de segurança e distanciamento em relação ao outro. Onde a “[...] apropriação do exótico conseguiu ‘estilizar os apetrechos de etnicidade’, enquanto ‘mantinha uma distância segura’ deles. Isto ‘estetizou o colonialismo’ e trouxe ‘a visão de turista do mundo de volta a este país (EUA)’.”¹³⁶ (FISCHER, 2003, p. 19)

Em sua penetração em diversos setores da esfera cultural, a autora observa como, de forma muito apropriada “[...] uma estética Deco foi associada com a

¹³⁵ Poeira era como os cinemas de pouca reputação eram chamados.

¹³⁶ Tradução da autora: “[...] appropriation of the exotic managed to “stylize the accouterments of ethnicity,” while “maintain (ing) a safe distance” from them. It “aestheticized colonialism” and brought “a tourist’s view of the world back to this country.”

aparência dos próprios veículos de viagem moderna: navios, aviões e automóveis.”¹³⁷
(FISCHER, 2003, p. 19)

No Brasil, as influências exercidas pelo cinema já eram percebidas. Mas sempre com o olhar voltado para o que ocorria fora do país, tentando adequar as realidades de fora com o que ocorria internamente, gerando propostas desencontradas. Como indicado no editorial da revista Cinearte de dezembro de 1927.

Sobre a influência exercida pelo cinema, sobre seu formidável poder de sugestão temos falado por vezes, justamente para chamar a atenção geral para a necessidade de nacionalizarmos essa indústria. (sic)

Lembra-nos haver feito referências [...] a uma série de reclamações de jornais ingleses contra a influência exercida entre os galeses do campo pelos filmes de Tom Mix, Buck Jones [...] influência que se exercia até na indumentária. [...] Veio depois a representação alarmada dos fabricantes de tecidos: os seus fregueses da Austrália e Nova Zelândia reclamavam tecidos, chapéus. Calçados, nunca na Inglaterra fabricados, conhecidos através da projeção na tela, dos filmes *yankees*. Foi o alarme contra o norte-americano que com a sua indústria diabólica estava a desnacionalizar mesmo a terra dos seus avós[...] (CINEARTE, 7 de dezembro de 1927, nº 93, p. 3)

O editorial, que começa referindo-se a necessidade de nacionalizar a indústria cinematográfica – e aqui fica a dúvida: qual indústria? – ao final acaba por enaltecer o cinema norte-americano e os benefícios que a disseminação da sua cultura vinculada ao progresso e a civilização faz ao desbançar pensamentos mais tradicionais – no caso brasileiro, vinculados a uma interpretação da erudição e cultura europeias a partir da França e da monarquia, devido aos laços com Portugal.

Mas nem todas as opiniões são favoráveis à cultura de consumo que se consolida no período. Como mostram vozes que ganham força a partir de 1929, com a crise no mercado norte-americano, e revelam, na revista Fon-Fon, uma faceta que se comprovaria sombria do pensamento de reação aos novos hábitos ligados ao consumo e à vida urbana e moderna.

Por toda a parte a ladroeira campeia. Por toda a parte o delírio do luxo e o egoísmo do prazer levam os homens a obter o dinheiro que lhes dê a satisfação dos gosos materiais seja como for. É um triste sintoma da época triste que atravessamos e que será chamada pela história Após-Guerra. [...] A consequência disso é o aumento do crime nos

¹³⁷ Quite fittingly, a Deco aesthetic was associated with the look of the very vehicles of modern travel: steamships, airplanes, and automobiles.

grandes centros e a exploração dos escândalos financeiros, comerciais e administrativos. Não é só no Brasil que eles a cada passo vem a furo. [...] Já é tempo dos guias de povos pensarem na terapêutica a ser aplicada à sociedade. Ela acha-se bastante doente e carecida de alguns médicos enérgicos à maneira de Benito Mussolini [...] (FON-FON 1º de fevereiro de 1930, nº 5 p. 3) (Figura 58)

Figura 58 - Grupo Fascista



Fonte: Fon-Fon, 6 de dezembro de 1927, nº 49, p. 30 – Acervo Museu Hipólito José da Costa, Porto Alegre.

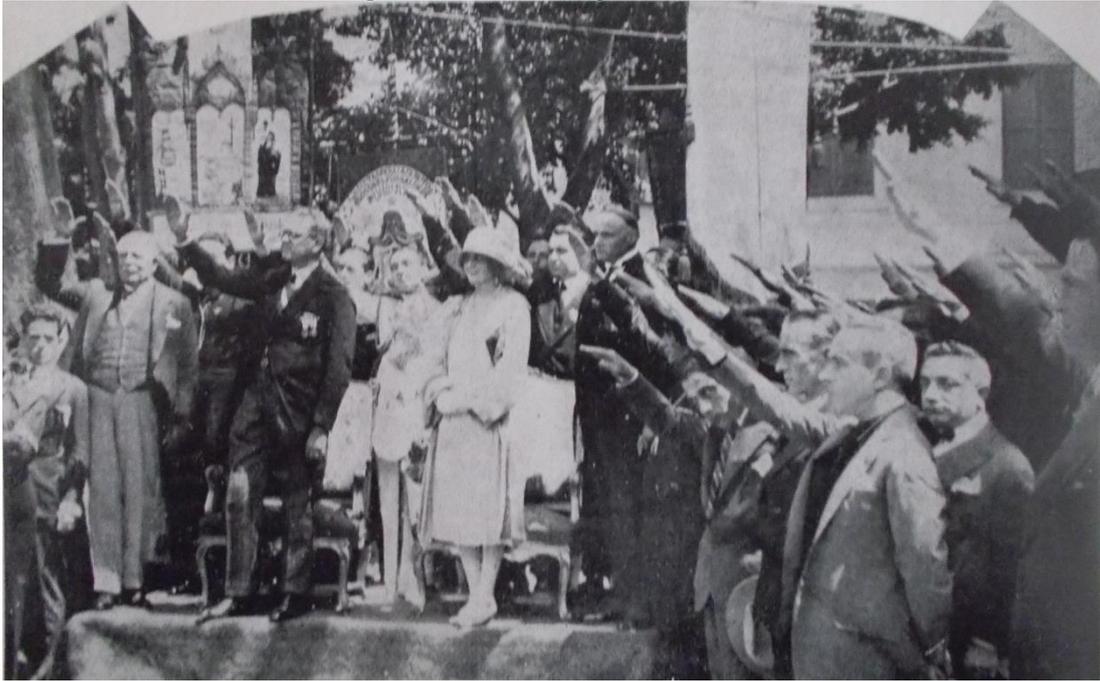
Legenda: o monumento inaugurado domingo no parque da embaixada da Itália e um grupo de fascistas que compareceram à cerimônia.

A solução para as doenças da sociedade poderia se inspirar, segundo opiniões publicadas na revista, nos grandes nomes da história.

Os grandes homens as grandes figuras da história são grandes magnetizadores. Eles atraem a si o espírito dum povo, a alma duma nação, tornam-se integrados com ela e, depois, a irradiam de modo maravilhoso atingindo as cumiadas da história.

Assim fez Jeanne D'arc, salvando a França. Assim fez Napoleão, conquistando a Europa. Assim fez Bismarck, construindo o Império Alemão, e assim faz Mussolini, dominando a Itália. (FON FON, 6 de setembro de 1930, nº 36, p. 54) (Figura 59)

Figura 59 - Saudação Fascista



Fonte: Fon-Fon, 6 de dezembro de 1927, nº 49, p. 30 - Acervo Museu Hipólito José da Costa, Porto Alegre

Legenda: Um expressivo flagrante da solenidade de domingo passado, nos jardins da embaixada italiana. O sr. Embaixador e a sra. Embaixatriz da Itália e demais presentes fazem uma saudação fascista.

No texto de Susan Sontag, “Fascinante Fascismo” sobre a obra da cineasta alemã Leni Riefenstahl, a autora (1986, p. 73) discorre a respeito das estéticas fascistas.

Estéticas fascistas [...] nascem de (e justificam) uma preocupação com situações de controle, de comportamento submisso, de esforço extravagante e resistência à dor; elas endossam duas situações aparentemente opostas: a egomania e a servidão. [...] A arte fascista glorifica a capitulação, exalta a irracionalidade e torna a morte fascinante.

E sobre os uniformes, a autora segue: “Há uma fantasia generalizada sobre uniformes. Eles sugerem comunidade, ordem, identidade (através de postos, faixas, medalhas...) competência, autoridade legítima e exercício legítimo da violência”. (SONTAG, 1986, p. 78)

Durante o período analisado, é significativo o número de fotos que registram as atividades militares em distintos momentos relacionados ao poder do estado. Como visto no Capítulo 2, o corpo militar tinha uma forte influência na condução da política do país. (Figura 60) (Figura 61)

Figura 60 - Infantaria do Exército – em 24 de outubro de 1930



Fonte: Fon-Fon, 1º de novembro de 1930, nº 44, p.26 - Acervo Museu Hipólito José da Costa, Porto Alegre

Legenda: Integrantes da infantaria do Exército na manhã de 24 de outubro de 1930, após a entrada no Forte de Copacabana.

Figura 61 - Força Armada



Fonte: Fon-Fon, 24 de novembro de 1928, nº 47, p.47 - Acervo Museu Hipólito José da Costa, Porto Alegre

Legenda da foto: As altas autoridades da nossa Armada no palácio do Catete, na ocasião em que foram cumprimentar o governo pela passagem da data da república.

E a religião católica também tem forte presença na revista, durante todo o período analisado, dando indícios de uma relação de proximidade com diferentes esferas do poder. Em uma passagem que aborda a ruptura entre a ciência e a religião, o autor, sem identificação, se posiciona favorável a uma união para evitar um possível atraso em direção a civilização. “Toda a ciência vem de Deus que nos deu tudo; toda a ciência é pois, teológica e divina.” (FON-FON, 1º de outubro de 1927, nº, 40, p. 42) (Figura 62)

Figura 62 - Novo Bispo de Niteroi



Fonte: Fon-Fon, 26 de maio de 1928, nº 21, p.31 - Acervo Museu Hipólito José da Costa, Porto Alegre
Legenda: Novo Bispo de Niterói ladeado por figuras de destaque da sociedade fluminense.

E os integrantes da redação de Fon-Fon sugerem que pode haver elegância nas relações entre a igreja e o poder, no caso o monárquico, como mostra a foto de fevereiro de 1930 na seção “A Mulher Chic”. (Figura 63)

Figura 63 - Vestido religioso da princesa d'Orleans



Fonte: Fon-Fon, 1º de fevereiro de 1930, nº 5, p. 35. Hemeroteca Digital Brasileira.
 Legenda: Ao casamento da princesa Maria José da Bélgica, com o príncipe Humberto da Itália, a princesa d'Orleans compareceu com este lindo vestido de Jean Patou.

Mas se o olhar estava voltado para o exterior em busca de exemplos e espelhamento - hábito constante nas publicações analisadas - quando este se volta à realidade nacional mostra uma certa falta de reconhecimento da situação do país. Como visto anteriormente, grande parte da população tinha origem parda ou negra. Mas a negação desta realidade pode ser observada, por exemplo, na recepção dos filmes que apresentam a atriz negra norte-americana Josephine Baker como protagonista.

A atriz fazia grande sucesso na França desde 1925 - um país predominantemente branco onde o “exótico” provocava sensação. Rapidamente, Baker, sua chegada na capital, vinculada a cultura do jazz negro americano, foi o “[...] que deu impulso ao fascínio da cultura francesa com a 'negrofilia'.”¹³⁸ (BERGFELDER; HARRIS; STREET, 2007, p. 192)

¹³⁸ Tradução da autora: “[...] that gave momentum to French culture's fascination with 'negrofilia'.”

Quando o Charleston, o blackbottom¹³⁹, o shimmy¹⁴⁰ e outras novas formas de dança de inspiração no jazz chegam à França, eles chegam pela primeira vez no teatro através da estrela do music hall Josephine Baker, uma das artistas mais emblemáticas da cultura francesa entre guerras, e possuidora de apelo transnacional.¹⁴¹ (BERGFELDER; HARRIS; STREET, 2007, p. 192)

No Brasil, a impressão que se tem, ao ler as notas sobre a atriz, é de que se está na Europa assistindo a um filme “exótico”, de uma realidade distante. Como mostra o comentário na revista Cinearte de agosto de 1927. “Josephine Baker, a famosa dançarina negra que está causando ruído sucesso em Paris, tendo assinado um contrato com a Folies Bergères, vai posar num filme. [...] fala-se na criação de uma aldeia negra e outras coisas interessantes.” (CINEARTE, 3 de agosto de 1927, nº 75, p. 9) Como se vê, “aldeias” negras, seriam “interessantes”[...]

E a revista Fon-Fon é ainda mais explícita no seu mal-estar, no comentário sobre o filme “Porque Paris Fascina” (La Folie du Jour, 1929).

Não é mal achado, isto de nos presentear com a Josephine Baker na tela, antes que nos surja por aí em carne e osso. Pode ser pelo menos um reclame negativo, visto que ela não deve ser melhor no palco do que é no écran. Achamos, salvo melhor opinião, que essa “senhora” não vale grande coisa como artista. É uma excentricidade que está passando, e de quem ninguém mais se lembrará daqui a meia dúzia de anos. O filme é um trabalho arrancado do natural e que por isso nos seduz. Como obra cinematográfica nada vale. Como obra fotográfica tem bastante interesse [...] sobretudo para quem deseja conhecer Paris, o Paris que se diverte sem ter dinheiro para lá ir. (FON-FON, 3 de julho de 1929, nº 31, p. 70)

O universo em que estas revistas se situavam, era o universo do país que “queria ser”. E que, em alguns redutos, encontrava alento aos seus anseios, como retratado nas suas próprias páginas.

Quanto luxo há num dos nossos principais cinemas! Que elegância que frequenta a nossas salas de filme! Quanta gente fina, que ambiente deliciosamente Clarence Brown ou Robert Z. Leonard! [...] Dá gosto ir a um bom cinema em São Paulo. [...] À tarde boinas,

¹³⁹ Tipo de dança com origem em Nova Orleans na década de 20, vinculada ao período das melindrosas.

¹⁴⁰ Tipo de dança em que o corpo fica parado e apenas os ombros se sacodem.

¹⁴¹ Tradução da autora: “When the Charleston, the blackbottom, the shimmy and other new jazz-inspired dance forms did reach France, they came first to the theater in the form of music hall star Josephine Baker, one of the most iconic performers in interwar French culture, and one with transnational appeal.”

saiotes de normalistas [...] Pequenas que cabulam aulas, flirt, falta de ocupação, nem cheiro de crise nos sorrisos constantes e mais esperançosos do que nunca [...] À noite os Cadillacs, Packards ou Stutz à porta do cinema. O negrinho de roupa vermelha a abrir as portas das limusines e os casacos custosos de pele e as jóias que tem medo dos cofres[...]Pura elegância! [...] (CINEARTE, 7 de outubro de 1931, nº p. 31) (Figura 64)

Figura 64 - Capa Fon-Fon agosto de 1930



Fonte: Fon-Fon, agosto, 1930, capa. Acervo Museu Hipólito José da Costa.

Mas discriminações não eram privilégio das elites brasileira. Faziam parte de um contexto maior de segregação, presente também na produção cinematográfica norte-americana, país igualmente multirracial e cultural e possuidor de um passado escravagista. Como atesta um código moral, não oficial, mas que permeava as produções da época, antes da instituição do Código de Hays. A matéria “O código moral secreto do cinema”, publicada na revista Cinearte em 1927, mostra como o cinema teria um código moral, mesmo que não escrito. O autor, não identificado, teria levantado os dados em conversas com diretores, produtores e roteiristas. O código seria “[...] em medida geral, o resultado da própria moral americana e de certas restrições políticas também. [...]”

De acordo com o texto, o código teria cinco leis primordiais, a primeira “[...] refere-se ao que se chama relação imoral – os filmes, nunca, por certo, poderão mostrar a imoralidade como sendo fraqueza moral ou um caso psicológico.” A

segunda lei trata da “[...] questão da cor – os filmes nunca poderão mostrar o amor de um negro por uma branca ou vice-versa. A mesma lei aplica-se as raças amarela ou parda. Interessante notar que um dos filmes mais elogiados até hoje feitos, “O Lírio partido”¹⁴², violou esta lei.”

A terceira lei delimita a apresentação do crime. “Um homem pode ser atirado, mas a arma não pode ser mostrada ao detonar [...] verão o começo do golpe mas o fim, nunca.” A quarta lei proíbe os fatos principais da vida. Onde não poderiam ser mostrados nascimentos, casamentos e morte. A quinta lei versava sobre questões religiosas.

Os filmes, em hipótese alguma, devem se referir a controvérsias religiosas. [...] O cinema não permite a apresentação de um ministro que erra na moral. [...] O ministro só se concebe aparecendo no final para casar os heróis do drama ou da comédia ou se for um velho apaziguador e conselheiro. [...] (CINEARTE, 5 de janeiro de 1927, nº 45, p. 20)

E, de acordo com a matéria, Will Hays, “o czar do cinema”, teria acrescentado mais uma lei ao código em que beber estaria proibido

[...] pela teoria de que a lei da proibição ao álcool a torna ilegal. Os reformadores achavam que o cinema enfeitava demais esse negócio de bebidas.” [...] Há ainda um parágrafo que se refere ao aspecto político dos filmes. [...] Isto é, principalmente, por causa do México ofendido. (CINEARTE, 5 de janeiro de 1927, nº 45, p. 20)

No Brasil, a visita do presidente recém eleito Edgar Hoover, desencadeia apoios às medidas restritivas ao álcool e favoráveis a adoção, no país, da “Lei Seca”. A matéria fala que poucos brasileiros acreditavam na eleição de Hoover, devido a sua posição apologista à “Lei Seca”. Para Astaroth, autor da matéria, a vitória de Hoover teria mostrado como o povo dos Estados Unidos apoiava a lei e queria levá-la adiante.

Na nossa terra, infelizmente, tal lei custaria muito a vencer, principalmente no interior. [...] Aqui, como nas demais capitais de estados, há uma grande corrente de adeptos do álcool e as prisões e hospícios aguardam novos pensionistas, todos os dias enviados pela cachaça. [...] No interior porém, a falta de instrução, a falta de diversões, o trabalho braçal e a barateza da “pinga” tornam esta um gênero de primeira necessidade. [...] Ao passo que os gêneros de primeira necessidade, os objetos úteis e de importância capital são inexoravelmente taxados, a cachaça e o jogo pouco sofrem e vão

¹⁴² Lírio Partido (Broken Blossoms or The Yellow Man and the Girl" 1919), D.W. Griffith. Uma mulher branca se relaciona com um imigrante chinês. E as consequências são ruins.

trabalhando de comum acordo para encher cubículos das casas de correção e células de manicômios e hospícios. [...] (FON-FON, 2 de fevereiro de 1929, nº 5, p. 48)

Segundo Astaroth, a “Lei Seca”, no Brasil, tinha urgência de aplicação

Todos nós sabemos que o povo brasileiro é incapaz de revoltar-se contra leis, por mais absurdas, por mais compressivas, por mais vexatórias que elas pareçam. [...] Teremos obrigado o Brasil a dar um passo gigantesco no seu caminho a perfeição: teremos cortado o progresso da tuberculose, teremos fechado centenas de cubículos e masmorras, teremos afastado a loucura e o crime, a prostituição e a vadiagem [...] Bendito seja o homem que da cadeira do Congresso, levantar a voz para propor a “lei seca” para o Brasil. Bendito seja aquele que promover a guerra ao álcool, bendito aquele que quebrar os grilhões que acorrentam no álcool milhares de brasileiros! Bendito seja! (FON-FON, 2 de fevereiro de 1929, nº 5, p. 48)

A matéria revela a interpretação de um povo passivo e incapaz, que precisa de guias para indicar os caminhos. Mas também, a existência de legisladores inábeis ou mal-intencionados, ou as duas coisas. Como atesta a frase: “Todos nós sabemos que o povo brasileiro é incapaz de revoltar-se contra leis, por mais absurdas, por mais compressivas, por mais vexatórias que elas pareçam.” (FON-FON, 2 de fevereiro de 1929, nº 5, p. 48)

No caso do cinema, o cerco moral se fecha em 1930, com o estabelecimento do que ficou conhecido como Código de Hays. Vários fatores contribuíram para a sua instauração. Com já visto, Will Hays considerava que, onde fossem os filmes norte-americanos, com eles iriam os produtos e a propaganda da sociedade. Em 1930, a Depressão e a eleição de um presidente defensor da “Lei Seca” favoreceram medidas de controle.

Mas também os excessos que estavam ocorrendo em Hollywood, reforçaram a tese da necessidade de uma moralização. Como mostram notas e matérias em Cinearte e Fon-Fon, entre os anos de 1927 e 1929. Em abril de 1927 Cinearte publica a nota “Lynn Reynolds suicidou-se” onde se lê: “Às sete e meia da manhã de 27 de fevereiro último, em Los Angeles, pôs termo a vida o conhecido diretor da Universal, Lynn Reynolds.” (CINEARTE, 6 de abril de 1927, nº 58, p. 9) Em agosto do mesmo ano há a nota “Eles morreram apenas [...]”, onde consta: “Mais três que morreram – Robert Mac Kim, Einar Hanson, Alfredo Bertone.” (CINEARTE 3 de agosto de 1927, nº 75, p. 12)

Em fevereiro, a nota “Morreu Mac Dermott” revela um tom de familiaridade com o assunto. “Mais uma morte em Hollywood. Marc Mac Dermot também bateu a bota. Não foi em duelo[...]” (CINEARTE, 6 de fevereiro de 1929, nº 154, p. 29) E no mesmo mês, Fon-Fon traz a matéria “Julia Bruns, e a sua vida de esplendor e o seu mísero fim”, sobre a morte da atriz que faleceu em dezembro de 1927.

A matéria de duas páginas relata a tragédia do alcoolismo e do vício em drogas da atriz. “Julia Bruns, cujo cadáver, retirado de um pobre quarto de aluguel de Nova Iorque, foi levado, há poucos meses para o necrotério, não é a primeira beleza famosa que caiu da riqueza e do conforto para morrer na mais negra miséria.” (FON-FON, 2 de fevereiro de 1929, nº 5, p. 20)

A implantação do Código de Hays pela indústria cinematográfica norte-americana é assunto de editorial da revista Cinearte de 1931 que publica o resumo de um artigo sobre o código moral no cinema. O artigo foi reproduzido da revista “Civiltà Cattolica” e tratava da autocensura entre os produtores cinematográficos dos EUA. A matéria aplaude a orientação e considera que a iniciativa daria um fim à imoralidade presente no meio. Os editores de Cinearte, também se posicionam a favor da medida.

A 31 de março de 1930 os chefes da indústria cinematográfica na América, isto é, as duas sociedades: Association of Motion Picture Producers Inc. e The Motion Pictures Producers and Distributors of America Inc. que compreendem 95 por cento dos produtores e distribuidores de filmes, firmaram um código moral para regular a produção do filme. Esse fato tem grande importância pelo benéfico influxo que poderá exercer no mundo inteiro [...] (CINEARTE, 7 de outubro de 1931, nº 293, p. 3)

Os subscritores do código declaram, no prefácio do código, que o cinema teria responsabilidade direta sobre as questões relativas à moral e espiritualidade do seu público.

Conforme recentíssima estatística, dos 750 milhões de libras esterlinas investidos em todo o universo nessa indústria, mais de 400 o foram nos estados Unidos. Além disso, dos 55 mil cinemas existentes no mundo 20 mil pelo menos está na América do Norte e dos 250 milhões de espectadores que semanalmente passam pelas salas de espetáculo, 120 milhões são americanos. (CINEARTE, 7 de outubro de 1931, nº 293, p. 3)

Sobre a relação entre os dois sexos, as prescrições adotadas visam o respeito à santidade do matrimônio e ao lar doméstico e quando o adultério seja, por necessidade do enredo apresentado, nada deve justificá-lo ou torná-lo atraente. Da mesma forma são prescritas cenas demasiadamente passionais, de sedução, perversão, etc.

Tudo quanto implique vulgaridade e obscenidade, a nudez e a indumentária provocante, os bailados indecentes devem ser cuidadosamente evitados.

O respeito às autoridades, aos símbolos da pátria, pelas instituições nacionais, seja qual for o país, são expressamente recomendados.

Uma comissão é destinada a examinar previamente o esboço do filme em manuscrito, sugerindo-lhe as modificações que julgar oportunas. O negativo é examinado primeiro pela Associação dos produtores, em seguida pela comissão dos diretores de produção e por fim, em última instância, pelo conselho diretor dos Produtores e Distribuidores. (CINEARTE, 7 de outubro de 1931, nº 293, p. 3)

Todos estes dados concernentes à moral vigente no período analisado, são importantes, como veremos a seguir, para a contextualização e entendimento das relações estabelecidas entre o cinema, o consumo, a figura feminina, a moda e os figurinos, onde predomina o estilo Art Deco; o cinema transnacional se faz presente; e uma cultura mundializada começa a se configurar.

4.2 A FIGURA FEMININA E O CONSUMO

Durante o período analisado no presente estudo, 1927 a 1932, ocorrem mudanças que atingem, de forma profunda, as sociedades industriais. O recorte temporal viabiliza o registro do final de uma época de otimismo com relação as promessas da vida urbana industrial, voltada para o consumo e facilitadora de trocas. É um espaço de tempo que permite o registro do instante final de um momento de abundância, seguido de incertezas, reestruturações e, por fim, da adoção de um caminho que culminará, sete anos depois, com a eclosão da II Guerra Mundial.

É um momento em que os produtos cinematográficos predominantes nas revistas analisadas e nas salas de exibição, são os produzidos nos EUA. No caso da revista Fon-Fon, a referência, como visto anteriormente, recai na França – e no que este país representa como centro emissor da cultura europeia. A revista Cinearte enaltece o estilo norte-americano.

Ao seguirmos para uma análise do comportamento, com ênfase na moda, figurinos de cinema e tendências de consumo, a figura feminina acaba por concentrar as atenções. O que não é uma novidade, se atentarmos ao fato de que, são elas, o público alvo principal, tanto dos filmes, como das revistas, como consumidoras.

Como indica Fischer, no período analisado, a mulher norte-americana compõe a maior parte do público frequentador das salas de cinema, e também é o alvo das revistas de comportamento. A autora atribui esse direcionamento a uma concepção da mulher como a principal consumidora dos produtos e modos de vida aí anunciados.

Ao utilizar, como fonte primária de pesquisa revistas femininas, Fischer afirma não ser isto motivo de surpresa e arbitrariedade. E tratar o assunto da mulher consumidora em profundidade, teria uma relevância surpreendente para as considerações sobre cinema. Como informa, em sua justificativa para a escolha. “Minha ênfase na mulher (em detrimento do homem) consumidora não deve ser uma surpresa, devido a que nesse período a audiência popular era geralmente concebida como ‘feminina’.”¹⁴³ (FISCHER, 2003, p. 44)

Ao citar o trabalho de Andrea Huyssen, Fischer destaca que, para a autora a noção “[...] que ganhou terreno durante o século 19 (é) que a cultura de massa está de alguma forma associada com a mulher, enquanto, a cultura autêntica verdadeira continua a ser prerrogativa dos homens.”¹⁴⁴ (FISCHER, 2003, p. 44) E, para Fischer, a situação não deixa de ser motivo de crítica. “Claramente nada poderia ser mais abjeto do que a cultura de consumo, com a mulher vista como o principal agente de compras da família americana.”¹⁴⁵ (FISCHER, 2003, p. 44)

A realidade do mercado e economia brasileiros à época, como vimos, é bastante distinta. Mas como os centros de referência e produção de bens manufaturados são os EUA e a Europa, o que as revistas publicam está diretamente ligado ao que ditam estas localidades.

Para pensar o perfil da mulher consumidora que se apresenta nestes países, centros de referência para o Brasil, é preciso passar pela questão da emergência da Nova Mulher (New Woman), a partir, principalmente, do Pós-Primeira Guerra Mundial.

¹⁴³ Tradução da autora: “My emphasis on the female (versus the male) consumer should be no surprise, given that in this period the popular audience was often conceived as ‘feminine’”.

¹⁴⁴ Tradução da autora: The notion which gained ground during the 19th century (is) that mass culture is somehow associated with woman while real, authentic culture remains the prerogative of men.

¹⁴⁵ Clearly nothing could be more abject than consumer culture, with woman seen as the primary purchasing agent of the American family

Esta figura emblemática vai nortear as interpretações, e receios, de profundas modificações no campo social. Além de protagonizar medidas ligadas ao comportamento e à moral vigentes.

Alguns historiadores têm ligado o surgimento da Nova Mulher ao fim da Primeira Guerra Mundial, e um aumento no hedonismo (para ambos os sexos feminino e masculino), que contrastam fortemente com o passado puritano da América.”¹⁴⁶ (FISCHER, 2003, p. 33)

Neste sentido, como veremos, tem destaque, na Cinearte, as matérias sobre atrizes relacionadas com a “Vamp” cinematográfica. Na Fon-Fon, a encarnação ocorre na figura da melindrosa. E as descrições apresentadas por Fischer coincidem com as capas das revistas Fon-Fon dos primeiros anos do período analisado, onde predominam as melindrosas. “A popularidade do Art Deco coincide com a ascensão da New Woman na sociedade Americana. Seus cabelos curtos, decotes em V, cinturas soltas, penas de avestruz e laços são claras referências a melindrosa.”¹⁴⁷ (FISCHER, 2003, p. 33) (Figura 65) (Figura 66)

¹⁴⁶ Tradução da autora: “Some historians have tied the emergence of the New Woman to the end of World War I, and to a rise in hedonism (for both females and males) that contrast strongly with America's Puritanical past.”

¹⁴⁷ Tradução da autora: “Deco's popularity coincided with the rise of so-called New Woman in America society. [...] with bobbed hair [...] wear (ing) long-waisted dresses with [...] V neckle (s) ...bowknots or ostrisch feathers, we clearly find references to the 'flapper'.”

Figura 65 – A Mulher Chic - Fon-Fon, 1928



Fonte: Fon-Fon, 21 de abril de 1928, nº 16, p. 33. Hemeroteca Digital Brasileira.

Figura 66 - Melindrosa em capa da Fon-Fon de 1927



Fonte: Fon-Fon, 2 de julho de 1927, nº 27, Capa. Acervo Museu Hipólito José da Costa.

O discurso público, a imprensa e a publicidade não perdem tempo em explorar atitudes relacionadas a esta Nova Mulher, como fumar, usar contraceptivos, ter

autonomia financeira, considerar o sexo por recreação. Nestas representações, a aparência e “[...] comportamento da mulher foram alterados neste período, a fim de destacar a sua independência e sedução.”¹⁴⁸ (FISCHER, 2003, p. 33)

As preocupações que rondavam a figura emblemática da Nova Mulher tinham origem, basicamente, na Revolução Industrial, psicanálise e o voto feminino. Mas, como veremos, a ousadia propagada não circula impunemente.

Não raro ela era relacionada à ideia de uma mulher depravada, o que se liga a opção de não ter filhos e é também ligada a uma frieza característica da modernidade e suas máquinas, onde a mulher frígida incorporaria um ideal de beleza, em uma corrupção do Art Nouveau. “A atitude Deco em direção a tecnologia contrasta fortemente com a de seu antecessor, Art Nouveau, que dominou de 1890 a 1914. Esse movimento foi muito identificado com a natureza como uma postura de oposição à revolução industrial.”¹⁴⁹ (FISCHER, 2003, p. 12) Mas na sua fascinação pela figura feminina, o Art Deco retoma uma fixação presente também no Art Nouveau. Neste, a imagem feminina está

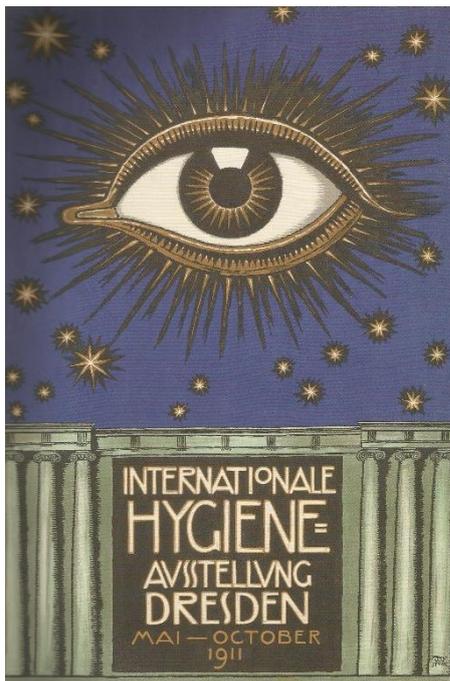
“[...] homogênea e assustadoramente combinada com a natureza [...] o Art Nouveau vê a mulher mais sobrecarregada com fisicalidade bruta do que homem racional. [...] O movimento foi fortemente influenciado por simbolistas europeus, tanto na pintura (por exemplo, Alphonse Mucha, Gustav Klimt, Henri de Toulouse-Lautrec, e Franz Von Stuck) e literatura (por exemplo, Wilde, Baudelaire e Rimbaud)¹⁵⁰ (FISCHER, 2003, p. 29) (Figura 67)

¹⁴⁸ Tradução da autora: “[...] and demeanor were altered in this period, so as to highlight her independence and allure.”

¹⁴⁹ Tradução da autora: “Deco's attitude toward technology contrast strongly with that of its predecessor, Art Nouveau, wich held sway from 1890 to 1914. That movement was highly identified with nature as an oppositional stance to Industrial revolution.”

¹⁵⁰ Tradução da autora: “[...] eerily and seamlessly combined; and it is obvious that Art Nouveau sees woman as more encumbered by brute physicality than rational Man. [...] the movement was strongly influenced by European symbolists in both painting (e.g. Alphonse Mucha, Gustav Klimt, Henri, Toulouse-Lautrec, and Franz von Stuck) and literature (e.g. Wilde, Baudelaire, and Rimbaud).”

Figura 67 - Cartaz de Franz von Stuck



Fonte: Kühnel, Lailach, Weber, 2014, p. 76

Legenda: Cartaz de Franz von Stuck para a Exposição Internacional de Higiene de Dresden em 1911.

Na linhagem vinculada ao Art Nouveau, a mulher aparece como uma “[...] figura perigosa e degenerada cujas encarnações favorecidas são aquelas de vampiro e prostituta - uma caracterização promovida pela ascensão de estudos psicanalíticos de sexualidade pervertida por Freud e Krafft-Ebing.”¹⁵¹ (FISCHER, 2003, p. 29) A aproximação com o Art Nouveau, de retorno à natureza, para a representação do feminino no Art Deco, interessa particularmente a presente análise por trazer elementos constituintes das Vamps e melindrosas.

Isto sem perder de vista o ecletismo característico do Deco, ligado ao moderno, ao consumo, à indústria e à máquina, que simultaneamente constrói um outro tipo de figura feminina. Mais austera, high-tech e neutra, abstrata ao ponto de se assemelhar a robôs e máquinas. (Figura 68)

¹⁵¹ Tradução da autora: “In this strain, Woman, is often seen as a dangerous and degenerate figure whose favored incarnations are those vampire and prostitute - a characterization promoted by rise psychoanalytic studies of perverse sexuality by Freud and Krafft-Ebing.”

Figura 68 - Croqui de figurino da personagem Maria no filme Metrópolis, 1927



Fonte: Deutsche Kinemathek – Museum für Film und Fernsehen.

Legenda: Croqui do detalhe de cabeça do figurino de Maria – a mulher robô do filme “Metrópolis” (1927) de Fritz Lang. Artista responsável: Anne Willkomm. Cabeça de perfil ornada com cúpula oval de pérolas roxas, brinco em jóias de prata com longas faixas de pérolas.

E as revistas e, a partir delas, a apresentação dos filmes exibidos no Brasil, mostram como estes movimentos artísticos estavam presentes nos veículos de comunicação da época, colaborando com a criação de um imaginário entre aqueles que a estes materiais tinham acesso. Que, nesta apropriação, acabavam por incluir peculiaridades características da sua localidade.

A trajetória parece apropriada uma vez que o cinema mudo é fonte importante para identificar e decifrar a presença do Art Deco em “[...] seus trajes, penteados e trejeitos teatrais. [...] A categoria "erótico" (mais ligada a Jugendstil¹⁵² ou Art Nouveau do que os outros modos) foi tingida por uma aura de perversidade.”¹⁵³ (FISCHER, 2003, p. 29)

¹⁵² Jugendstil era como o movimento, próximo ao Art Nouveau, era chamado nos países germânicos.

¹⁵³ Tradução da autora: “[...] its costumes, hairstyles, and theatrical mannerisms. [...] The "erotic" category (more linked to Jugendstil or art nouveau than the other modes) was tinged by an aura of perversity.”

4.3 AS “VAMPIROS”, AS MELINDROSAS E ... GRETA GARBO

Durante todo o período pesquisado, as “Vampiros” (não as “vampirás”) (os textos não colocam a palavra no feminino - “vampirás”), as melindrosas e a atriz Greta Garbo estiveram presentes nas publicações. No início de 1927, a matéria sobre a atriz polonesa Pola Negri, que após atuar na Ufa, viaja para os Estados Unidos em 1922, junto com o grupo que acompanhou o diretor Ernst Lubitsch, é apresentada como uma das grandes mulheres da nova arte, e um produto da tela.

Aos 31 anos, segundo a revista, Negri era um meteoro, e as razões para o seu sucesso residiriam na originalidade do seu tipo físico, no fato de não se preocupar com a beleza do rosto - mas com a verdade das interpretações e, principalmente por

[...] ter aparecido em todo mundo num estupendo papel de “vampiro” em “Mme Dubarry” – uma espécie de papel que Theda Bara quase se tornou ridícula e que, por consequência estava abandonado, isto é, em estado de dar lugar a uma ressurreição vitoriosa. (CINEARTE, 2 de fevereiro de 1927 nº, 49, p. 22

Na matéria consta que, em “Madame Dubarry”, a fotografia não teria sido boa, a luz sendo fraca, beirando o sombrio. Mas que Pola Negri “[...] com a sua testa larga e inteligente, e seus olhos grandes e extremamente expressivos, a boca formosa, divinal, dominou todas as cenas [...]” (CINEARTE, 2 de fevereiro de 1927, nº, 49, p. 22) (Figura 69)

Figura 69 - Pola Negri



Fonte: Cinearte, 2 de fevereiro de 1927 nº, 49, p. 22. Hemeroteca Digital Brasileira.

Comenta que, em alguns filmes, ela parece feia, e que em “Summurum”, (1920) de Ernst Lubitsch, em algumas cenas, ela foi “quase medusica” – em referência à medusa, mitológica, como visto, um dos elementos do Art Deco e do Art Nouveau. Em uma comparação, a atriz aparece mais fascinante do que Carmem, e mais fatal, pela inteligência. “Na fascinação de toda a mulher bela há sempre um elemento de perigo.” (CINEARTE, 2 de fevereiro de 1927 nº, 49, p. 22)

Na matéria há uma referência a Nietzsche, atribuindo ao filósofo a reflexão: “De duas coisas necessita o verdadeiro homem [...] do perigo e o recreio. Dahí o homem procurar a mulher como o mais perigoso brinquedo.” (CINEARTE, 2 de fevereiro de 1927, nº 49, p. 22) Essa ameaça atribuída à mulher e encarnada na “vampiro” representada, como veremos, nos papéis de maior destaque, por atrizes estrangeiras, pode ter relação com o fato de a criação das suas representações, no Art Nouveau, no Art Deco, no cinema e mesmo nas publicações analisadas, serem feitas predominantemente por homens. A mulher acaba por ser vista

[...] em um nível cultural, com uma pitada do medo masculino. [...] Esta é uma forma de compreender porque sua sexualidade tinha que ser romantizada ou demonizada (como no Art Nouveau) ou restringida e abstrata (como no Art Deco). Enquanto tal pavor remonta a tempos antigos (em contos da Medusa, das Sereias, de Circe, ou de Eva), na era moderna [...] a figura de mulher assume uma ameaça adicional à medida que ela faz ganhos concretos em sua posição social. (FISCHER, 2003, p. 32)

E os mistérios e ameaças rondam a figura de Negri. “O êxtase de uma das noites de Cleópatra foi aumentado pelo pensamento da morte no raiar do dia [...] Sob o encanto de seda de Pola Negri oculta-se a garra do tigre, com a ameaça da crueldade instintiva” (CINEARTE, 2 de fevereiro de 1927, nº 49, p. 22) Nesta passagem, revelam-se distintos elementos do Art Deco - o antigo, em Cleópatra, o exótico, o primitivo e o instintivo, no tigre e nas suas garras. E o corpo feminino, com a suavidade da seda. (Figura 70)

Figura 70 - Pola Negri



Fonte: Cinearte, 2 de fevereiro de 1927, nº 49, p. 22. Hemeroteca Digital Brasileira.

A mistura entre o particular e o privado é visível quando, na matéria, se descreve a vida pessoal de Pola Negri como sendo mais dramática do que nos dramas apresentados nas telas. Esta confusão entre ficção e realidade é uma característica do *Star System* norte-americano. E pode ser interessante ressaltar, norte-americano, porque o *Star System* não é privilégio dos EUA, apesar de, assim como seus produtos e filmes, ter predominado nos mercados internacionais e consolidado um imaginário que gira em torno do seu modo de fazer cinema. “Se o sistema de estrelas de cinema é tido como o modelo standard, pode-se erroneamente concluir que um sistema de estrelas nunca existiu nos países europeus.”¹⁵⁴ (GARNCAZ, 2010, p. 116) Para compreender essa afirmação, Garncaz sugere, como ponto de partida, ter em conta dois aspectos ligados às especificidades culturais dos contextos.

Primeiro o sistema de estrelas do teatro, que estava estabelecido antes do cinema, em segundo, a tradição religiosa de longa data que profundamente moldou as identidades culturais de diferentes países –

¹⁵⁴ Tradução da autora: “If the US film-star system is taken as the standard model, one might mistakenly conclude that star system never existed in European countries.”

incluindo instituições como o teatro e o cinema.”¹⁵⁵ (GARNCAZ, 2010, p. 116)

Mas o autor também alerta para o cuidado que se deve ter ao se abordar a questão do estrelato, devido a inexistência de uma teoria geral capaz de tratar o tema. “Nenhuma das teorias existentes alcança a multiplicidade de fenômenos através das várias culturas, porque suas definições generalizam a partir do caso de Hollywood e negligenciam a história individual, cultural ou as características específicas da mídia.” (GARNCAZ, 2010, p. 116)

Tendo como exemplo comparativo o cinema de Weimar, Garncaz esclarece que o sistema de estrelas nem sempre privilegia a vida privada dos atores, nem necessariamente gira em torno de atores e atrizes. Podendo referir-se aos diretores dos filmes, que, em alguns casos têm seus nomes anunciados nos cartazes de divulgação como sendo o grande atrativo do filme. Importante, no caso do presente estudo, o fato de Pola Negri, assim como outras atrizes estrangeiras a viajarem para Hollywood, terem atuado, anteriormente, no cinema alemão, particularmente no desenvolvido pela Ufa.

O estrelato, para o autor, está diretamente relacionado com a audiência. E o gosto do público - audiência -, define as bilheteria em torno da estrela, o que é outro parâmetro de medida do estrelato. Não vem ao caso, no momento, discorrer sobre o sistema de estrelas como um todo. O relevante, é que o sistema de estrelas ocorre quando estas são sistematicamente construídas, e imagens de sucesso concernentes a elas são exploradas comercialmente de forma proposital. “O fenômeno do sistema de estrelas pressupõe uma sociedade que permita que representações na mídia circulem amplamente entre o público.”¹⁵⁶ (GARNCAZ, 2010, p. 118)

Na Alemanha da República de Weimar, os atores, diferente do que ocorria em Hollywood, tinham autonomia para conduzir a sua imagem pública, decidindo quais projetos aceitar e quais informações circulariam na mídia. Mas uma diferença ainda mais estrutural se encontra

[...] no tipo de informação que era disseminada nos filmes de estrela para a imprensa. Em Hollywood, as estrelas eram diferenciadas

¹⁵⁵ Tradução da autora: First the star system of the theater, which was established before cinema, and second, long-standing religious traditions that profoundly shaped the cultural identities of diferente countries – including institutions such as the theater and the cinema.”

¹⁵⁶ Tradução da autora: “The phenomenon of star systems presupposes a society that allows media representations to be widely circulated among the public.”

principalmente através das suas vidas privadas – o que é, histórias sobre família, esposos, crianças, divórcios, vida amorosa, escândalos e por aí afora (de Cordova) - enquanto na Alemanha a publicidade não revelava nada além do que dados biográficos (como aniversários e casamentos), mas nunca sobre famílias, problemas matrimoniais, vida amorosa, divórcio e escândalo. As estrelas alemãs, tendo controle sobre as suas imagens, de modo geral rejeitam divulgar informações sobre as suas vidas privadas.¹⁵⁷ (GARNCAZ, 2010, p. 123)

E a imprensa cooperava com esta proteção da privacidade, e a associação dos proprietários de cinema da Alemanha também eram contrários às reportagens sobre a vida privada das estrelas. O que revela um forte e geral consenso cultural dentro da indústria de cinema de Weimar “[...] de que a vida privada das estrelas era para ser mantida separada da sua pessoa pública.”¹⁵⁸ (GARNCAZ, 2010, p. 125) O que não significa dizer que não havia publicidade e divulgação em torno dos filmes.

Assim, na matéria de Cinearte, supõe-se que os fatos vividos pela pessoa Negri, sejam a razão para a veracidade das suas interpretações. O texto faz da vida de Negri um romance. Tendo ela passado por horríveis sofrimentos - mas como o vampiro que atravessa os tempos, sobrevivido a todos eles de forma exuberante. “Ela já sentiu os horrores do látigo de um algoz, esteve prisioneira de um grupo de ferozes cossacos, viu o pai exilado na fatídica Sibéria [...] e presenciou a morte do irmão, vitimado pela peste negra.” (CINEARTE, 2 de fevereiro 1927 nº, 49, p. 22)

Teria testemunhado “[...] as mutilações mais dantescas”, quando serviu como enfermeira na Primeira Guerra. Tendo conhecido o triunfo antes dos vinte anos, sido aclamada na Europa e recebida nos Estados Unidos como a grande diva Sarah Bernhardt.

Teria tentado viver uma vida doméstica ao se casar, mas seu espírito libertário a teria impedido. “Sou uma cigana, como meu pai.” (CINEARTE, 2 de fevereiro de 1927, nº 49, p. 23) E a reportagem continua com o tom de romance ao relatar que, em uma situação de perigo, na fronteira da Polônia com a Alemanha, teria conhecido o seu futuro marido, o Conde Eugene Dombiski.

¹⁵⁷ Tradução da autora: “In the kind of information that was disseminated on film stars by the press. In Hollywood, stars were differentiated mainly through their private lives – that is, stories about family, spouses, children, divorces, love-lives, scandals, and so forth (de Cordova) – whereas in Germany publicity did not reveal anything more than basic biographical data (such as birthdays or weddings), but never information on families, marital problems, love-lives, divorces or scandals. The German stars, being in control of their images, by and large refused to disclose information on their private lives.”

¹⁵⁸ Tradução da autora: “[...] private lives of stars were to be kept separate from their public personae.”

Os mistérios que rondam a atriz chegam ao seu nome. “Pola, Paula ou Appolonia, nós a proclamamos uma Divindade. Se os anjos são mais belos, então no céu não há lugar para os santos.” (CINEARTE, 2 de fevereiro de 1927, nº 49, p. 23)

Ao falar dos olhos da atriz, o autor diz que neles “[...] brilham todas as noites do mundo.” Mais uma vez o exótico, de Sherazade, e o mistério de um vampiro que ultrapassa os séculos das noites. “É linda. Uma mulher de Goya. [...] Comparado com os cabelos de Pola Negri, o corvo de Edgard Allan Pöe não passa de um mulato claro[...].” (CINEARTE, 2 de fevereiro de 1927, nº 49, p. 23)

E o texto termina com uma provocação. “Pola deve ser uma encarnação de qualquer tentadora de homens – a Rainha de Sabá, Cleópatra ou Helena de Troya. Será Vênus – a ambrosíaca... Pola Negri! [...] o espírito da feminidade, o encanto do sexo em essência.” (CINEARTE, 2 de fevereiro de 1927, nº 49, p. 23)

Em março do mesmo ano, a matéria “Que espécie de heroína o público prefere? Ingênuas ou ‘vampiros’?” discorre sobre o fato de a definição da palavra “It”, pela romancista inglesa Elinor Glyn, ter provocado um problema para as atrizes de cinema. Se uma atriz apresenta “It” demais é restringida a um nicho e tratada como uma estátua de bronze, reduzida ao que os americanos chamam de “sex-appeal”, nada além de alguém que tem o talento de despertar demais os sentidos.

Mas se tem “It” de menos, são rotuladas de inócuas, incapazes de despertar interesse. “Daí Lya de Putti e Greta Garbo estarem implorando dos alemães e suecos, as mais fervorosas orações, com o fim de induzir os seus contratantes a transformá-las o quanto antes em boas raparigas, na tela.” (CINEARTE, 2 de Março de 1927, nº 53, p. 20)

A matéria se refere aos diretores alemães e suecos que atuavam em Hollywood. E ressalta que não existiria uma fórmula infalível de agradar ao público “[...] neste negócio de ‘atração sexual’.” (CINEARTE, 2 de Março de 1927, nº 53, p. 20)

Se uma artista se estabelecesse como “‘vampiro’, mortal e perigosa”, o público esperaria isso dela. Se representasse o papel de ingênua e virtuosa, o público exigiria que neste papel ela permanecesse. A artista bem sucedida, segundo a matéria, conseguiria navegar entre os dois tipos, o que seria muito raro. Mas a maior parte dos sucessos rápidos e sensacionais seriam atingidos via a encarnação de uma “vampiro”.

Lya de Putti conquistou fama quase instantaneamente com seu atrevido papel em 'Varieté'. Greta Garbo firmou-se no conceito do público, como destruidora de homens, em 'Laranjas em Flor'. [...] Mas ambas estas 'importações de luxo', como dizem os 'yankees' [...] [...] já principaram a sentir um leve pavor pelo que o futuro lhes reserva [...] (CINEARTE, 2 de março de 1927, nº 53, p. 20)

O destino destas desalmadas, segundo a matéria, seria nefasto.

Pois não foi terrível o que aconteceu com Theda Bara, Valeska Suratt e Virgínia Pearson? [...] é bem certo que todas as atrizes que invariável e consistentemente aparecem no 'screen' em papéis de trituradoras de corações, nunca gozam de popularidade por muito tempo. (CINEARTE, 2 de março de 1927, nº 53, p. 20)

Segundo o autor, não identificado, haveria razões psicológicas para o desastre que se transformaria a encarnação do papel de uma "vampiro" por uma atriz.

As mulheres vão ver uma "vampiro" cinematográfica por uma – ou por todas - destas três razões: primeira, para sentir ou apenas ver uma experiência que lhes foi negada na vida; segunda, para aprender alguma coisa mais na arte de tentar os homens; terceira, gozar um sentimento superior de virtude. (CINEARTE, 2 de março de 1927, nº 53, p. 21)

Dessa forma, qualquer figura nova e "exótica" que surgisse atraía pela curiosidade. Mas esta mesma atração, em seguida, daria lugar a um desejo de repeli-la. Isto porque, estas mulheres más, eram invariavelmente castigadas no final dos filmes. E também porque "[...] não deve ser nada interessante o ver-se na posição de uma outra que do herói só merece o desprezo e o abandono [...]" (CINEARTE, 2 de março de 1927, nº 53, p. 21)

Outro motivo para o fracasso das "vampiros" seria porque todas as espectadoras que, porventura, tivessem ousado imitar as atitudes das atrizes com maridos ou namorados "[...] foram por eles rechaçadas como loucas, ou quase loucas [...]" (CINEARTE, 2 de março de 1927, nº 53, p. 21) Outro motivo seria o fato de as "vampiros" serem inumanas, pouco reais. E os homens que por elas se deixassem atrair seriam pouco constantes. "Eles vão vê-las porque [...] preferem ver uma mulher formosa e livre a uma outra, verdadeiro repositório de virtudes." (CINEARTE, 2 de março de 1927, nº 53, p. 21) A formosura, estaria no perigo da "vampiro" e não na monotonia da heroína virtuosa. Mas a atração seria passageira, visto que as "vampiros" não eram dotadas de sentimentos, de uma parcela de senso de humor e

“[...]uma migalha de delicadeza. Justamente as virtudes femininas que os homens mais admiram fora e dentro da tela.” (CINEARTE, 2 de março de 1927, nº 53, p. 20)

Assim, depois de dominar a cena por um tempo “[...] a pecadora é tão passadista como a mais humilde de suas irmãs na vida real. [...] O público acaba por se convencer que em todo o mundo não há semelhante animal.” (CINEARTE, 2 de março de 1927, nº 53, p. 20) Mas existe um problema e o “[...] diabo é que o outro lado também não é muito seguro, porque, assim como a depravação extrema, a virtude perfeita também transpõe os limites da credulidade.” (CINEARTE, 2 de março de 1927, nº 53, p. 21) No fim, não haveria salvação para nenhum dos dois tipos. “A fama da heroína superiormente bondosa e ingênua pode durar muito [...] talvez mais que a da ‘vampiro’, mas o fim que a espera é o mesmo.” (CINEARTE, 2 de março de 1927, nº 53, p. 35)

Em julho de 1927 a matéria “Vampiros!”, começa relatando que no antigo Egito uma religião teria verdadeira adoração pelos gatos. E Hollywood estaria praticando o mesmo culto, há dez anos.

O deus-gato em Hollywood [...] a deusa desse culto na capital do filme é representada por aquela antiga figura feminina de todos os dramas da tela [...] aquela bela atrevida da encarnação da maldade feminina, conhecida comumente por “vampiro”, serpente, tentadora e outras palavras piores. Todos os filmes devem ter pelo menos uma “outra mulher” no elenco. (CINEARTE, 6 de julho de 1927, nº 71, p. 14)

O drama silencioso não teria sabor sem uma “vampiro”, mas o papel precisava apresentar mudanças do estilo “heavy” que predominava. E algumas medidas já estariam sendo adotadas.

Aquele horrível período de “vampirismo” conhecido por “era do incenso e cobras”, com Theda Bara e Louise Glaum como as mais altas sacerdotisas, passou finalmente. Graças a deus que não vemos mais hoje as “vampiros” morenas torcerem-se “a la serpente” em cima de divans e entre nuvens de fumo que rivalizam com as manhãs de trabalho numa cidade industrial. (CINEARTE, 6 de julho de 1927, nº 71, p. 14)

Mas, apesar das mudanças visuais, o caráter das personagens continuaria sem alterações. “É a mesma figura exótica de ontem, que podemos chamar de ‘bela e devassa – mas ignorante!’” (CINEARTE, 6 de julho de 1927, nº 71, p. 14)

As “vampiros” continuavam lindas e com falta de cérebro, ausente nas horas importantes. Outros personagens já teriam passado por adaptações para se perpetuarem nas telas, indo por uma trilha mais humana. “Só a ‘vampiro’ ficou imutável – encarnação do mal, felina como as gatas. [...] Por que reformularem o vilão? E deixarem de lado a pobre ‘vampiro’? (CINEARTE, 6 de julho de 1927, nº 71, p. 14)

Perguntadas sobre o destino da personagem, algumas atrizes responderam às perguntas feitas por um cronista de Hollywood. Lilian Tashman, que representava tanto heroínas como “vampiros” afirmou que trabalhava “[...] mais como membro do grande ‘exército de despedas de Hollywood’ [...]” e que preferia “[...] mil vezes interpretar um papel de ‘vampiro’ do que uma heroína”. (CINEARTE, 6 de julho de 1927, nº 71, p. 14)

Mas informou que os papéis especiais, a que se referia, eram raros. E não sabia o motivo da ignorância que compunha a personagem na maioria dos filmes.

As mulheres são apenas mulheres, tão humanas como os homens, a despeito das afirmações exageradas e errôneas de certos tipos de escritores solteirões. [...] na tela somos obrigadas a interpretar esses papéis com todos os característicos estereotipados de uma boneca, uma espécie de pequena efígie da maldade feminina. (CINEARTE, 6 de julho de 1927, nº 71, p.15) (Figura 71)

Figura 71 - Croqui de figurino da personagem Maria no filme Metrópolis, 1927



Fonte: Deutsche Kinemathek – Museum für Film und Fernsehen.

Legenda: Croqui de vestido branco com capa vermelha do figurino de Maria – a mulher robô do filme “Metrópolis” (1927) de Fritz Lang. Artista responsável: Anne Willkomm.

Segundo a atriz, se dessem muitos atributos humanos às ‘vampiros’, elas acabariam por conquistar o público no lugar da heroína. “Que escândalo não seria a plateia aplaudindo uma heroína?” (CINEARTE, 6 de julho de 1927, nº 71, p. 15). No caso, uma heroína vampiro ...

Para Tashman, seria arriscado transformar a maldade da ‘vampiro’ em um fator humano, porque a plateia já estava acostumada com o tipo existente, e mudar hábitos antigos era difícil. Para Gertrude Astor, era ingênuo pensar na ‘vampiro’ como ignorante. Se fosse, não teria a força de destruir um lar.

Todas as tentadoras, desde Eva até os dias que passam, foram sempre mais inteligentes que os homens que seduziram – exceto os da tela. [...] O preconceito que diz serem as ‘vampiros’ belas e ignorantes – extremamente ignorantes – é o que Ibsen chama de ‘uma mentira vital’. Não é verdadeiro, mas dá ao povo um sentimento de segurança. (CINEARTE, 6 de julho de 1927, nº 71, p. 34)

Para Astor, a resposta à pergunta sobre a imutabilidade da personagem residiria no fato de o público já ter interiorizada a ideia de que a ‘vampiro’ “[...]é a encarnação da alma de um gato no corpo de uma mulher”. (CINEARTE, 6 de julho de

1927, nº 71, p. 34) O que a manteria fora do patamar seguro e compreensível da humanidade.

A referência ao gato e a Egito (no início da matéria) também levam ao Art Deco e à sua fascinação pela antiguidade, o primitivo e a uma longa lista de alegorias. “Do Egito (onde a tumba de Tutancámon foi descoberta em 1922) Deco absorveu o imaginário faraônico (por exemplo, cabeças de esfinges, escaravelhos e gatos).” (FISCHER, 2003, p. 17)

Figura 72 - Croqui de figurino da personagem Maria no filme Metrópolis, 1927



Fonte: Deutsche Kinemathek – Museum für Film und Fernsehen

Legenda: Croqui de crinolina do figurino de Maria – a mulher robô do filme “Metrópolis” (1927) de Fritz Lang. Artista responsável: Anne Willkomm..

E em Fon-Fon há um texto que também relaciona a mulher ao gato [...] e à melindrosa. O relato, que se aproxima a uma crônica, é sobre um encontro durante o carnaval. E começa falando das diferenças entre os homens e as mulheres.

A gente mesmo, sem querer vai entrando na pele delas. Entrando e cortando. É fatal. Está no sangue. Esse prurido da fatalidade biológica da luta dos sexos, do antagonismo ancestral existente entre eles [...] Entre o homem e a mulher. Como o cão e o gato. E no caso a mulher é a gata e o homem é o cão [...] (FON-FON, 2 de março de 1929, n. 9, p. 36)

Para descrever a natureza selvagem atribuída à mulher, em momentos de irracionalidade e ameaça ao equilíbrio da razão masculina, a gata é o animal que melhor parece se enquadrar.

Os senhores já tiveram a ocasião de aperrear uma gata num canto de sala? Se não viram ou não fizeram, não o queira ver, nem tentar. É um esporte perigoso. Perigoso, indecente e diabolicamente prejudicial aos nossos foros de valentia, de coragem máscula, bem como à nossa integridade física e moral e outras cositas que não vem ao caso. Mulher não é bem gente, não, quando a gaita não sopra a seu favor [...] (FON-FON, 2 de março de 1929, n. 9, p. 36)

E, quando retorna à forma humana, essa criatura ameaçadora, toma a forma da provocadora, e desmiolada, melindrosa. O rapaz teria conhecido a moça durante os festejos e feito promessas, que não foram cumpridas.

[...] um biju de melindrosa, vestida só para constar que o estara, de pernas cruzadas, largo decote, e um convite ardente, carinhoso a chispar-lhe nos olhos não sei para que loucuras! [...] Foi neste estado de pecado que prometi a melindrosa mundos e fundos [...] para depois faltar, com medo dela e de mim próprio. (FON-FON, 2 de março de 1929, n. 9, p. 36)

Após alguns desencontros o rapaz consegue convencer a moça e conclui dizendo: “A gatinha está mansa que é uma beleza.” (FON-FON, 2 de março de 1929, n.9, p. 36) Ainda na Fon-Fon, o texto de 1927 “Uma história de amor” é uma carta que o autor endereça a sua amada, que ele teria conhecido há poucos dias. Em um tom romântico e apocalítico, sobre os acasos da vida, lê-se: “[...] em teu lugar, poderiam ter-me apresentado uma melindrosa fútil, que ao fim de uma meia dúzia de asneiras fosse vítima dos seus próprios dons [...]” (FON-FON, 9 de abril de 1927, nº 15, p. 16)

Em 1929, o tom com relação ao tratamento dado à figura da melindrosa é mais mordaz. Demonstrando, talvez, as mudanças referidas anteriormente, em direção a uma moralização da sociedade, que acabaria por fortalecer o discurso de retorno das mulheres ao lar. “O cérebro de uma melindrosa é como prateleiras de armarinhos de turcos. Há ali toda a espécie de contrabandos e de bugigangas inúteis: torcidas de futebol, passos de danças modernas, nomes e figuras de artistas cinematográficos [...]” (FON-FON, 9 de março de 1929, nº 10, p. 34)

Enquanto a melindrosa é retratada como fútil e avoadada, nas páginas de Fon-Fon a “vampiro” impõe mais receio. Na coluna “Jazz-Band” encontramos breves

relatos acerca de sereias, ninfas e deusas. No que se refere a “vampiro” lê-se seguinte descrição:

A boca rubra como uma chaga. Os olhos negros como as noites em que há interrupções de energia elétrica da Light. [...] E os olhares dos homens devorando-a, devorando-a, devorando-a naquele ambiente musical torpe de cabaret[...]Ao seu lado alguém murmurou para outrem: Já se suicidaram três rapazes. Por causa dela o Tosta anda diariamente bêbado de cocaína. E O Ralph deu desfalque no Banco Inglês por causa dela! (FON-FON, 18 de junho de 1927, nº 25, p. 47)

Mas, se como visto anteriormente, o “caráter” da vampiro não se altera durante o período analisado, visualmente a criatura passa por transformações. Como consta na matéria “A Primeira Vampiro”, de Cinearte, que traz uma definição do que seria um “vampiro”. Na fantasia sendo “[...] uma alma que pena pelo mundo, desviada do sossego eterno e suga, do sumir do sol ao levante, o sangue dos corpos humanos. Drácula [...]” (CINEARTE, 7 de outubro de 1931, nº 293, p.12) Na realidade, “[...] o bicho com corpo de rato e asas de morcego. Suga animais adormecidos.” (CINEARTE, 7 de outubro de 1931, nº 293, p.12) E no cinema “vampiro”

[...] é a criatura que passa. Anda como as outras. Fala como as outras. [...] Mas nelas há qualquer coisa que apenas a alma do homem e os lábios mudos, não sabem explicar com frases do cérebro, ainda o mais perfeito, o que o seja. (CINEARTE, 7 de outubro de 1931, nº 293, p.12)

A “vampiro” seria capaz de levar um homem à miséria e, sem amá-lo, o levaria à desgraça. Mas o faria sem saber. Como em “Flor do Asfalto”, a personagem de Betty Amann faz com Gustav Fröhlich. E Greta Garbo com o noivo de Joan Marsh, em “Inspiração” (Inspiration, 1931) de Clarence Brown. A matéria usa os nomes reais das atrizes para falar das personagens.

Segundo a matéria, a “vampiro”, seria mais uma heroína do que uma mulher fatal. No texto estão os nomes das “vampiras” mais famosas do cinema, que, sem querer, fazem os homens pensar em um boudoir, uma taça de champagne, uma aliança retirada, uma carta com um perfume Chanel 22, um tornozelo, o pecado [...] “Pequenas que fazem acreditar no inferno [...] corpos que se unem, modernos, deslizando pelos salões encerados ao som de um *blue* [...]” (CINEARTE, 7 de outubro de 1931, nº 293, p.12) Mas o autor alerta que isso ocorre nos dias atuais, pois antigamente a ‘vampiro’ era

[...] uma mulher de mais de 60 quilos, envolta em panos que eram restos de fazendas dos armazéns do arrabalde a arrastarem-se sobre tigres empalhados [...] Cavalheiras trintonas que usavam penteados complicados, chapéus que eram verdadeiros jardins, e o que era pior: espartilhos que justificariam hoje a “lei do ventre livre”. (CINEARTE, 7 de outubro de 1931, nº 293, p.12)

Estas antigas “vampiros” provocariam

[...] gargalhadas ao andarem em passos calculados por ambientes complicados com portas falsas. Depois atiravam-se aos canapés (felizmente a estética de hoje os transformaram em almofadas com decorações maravilhosas...) e estorciam-se, seduzindo os pobres ingênuos [...] Depois atiravam-se sobre as vítimas, violentas e pesadonas [...] Assim foram Theda Bara, a mais gelatinosa de todas as ‘vampiros’, a ‘primeira vampiro’ que o falso cinema de antigamente teve [...] (CINEARTE, 7 de outubro de 1931, nº 293, p.12)

Mas, em seguida o texto traz uma homenagem a Bara, por ter encarnado e dado vida ao tipo mais curioso e sofredor do cinema. E na esteira de Hollywood, em 1930 a revista Cinearte publica matéria sobre a primeira “vampiro” brasileira. O título “Tamar Moema a vampiro de Lábios sem Beijos”, já revela outra tendência que, na rota do star-system norte-americano, vai se tornar uma prática comum nas matérias sobre cinema: a mistura entre a estrela-atriz e a vida privada.

O texto fala das “vampiros” como mulheres infelizes, que lamentam a derrota do amor. Que sorriem e cedem aos baixos instintos nos cabarets, mas que choram atrás das portas pelo amor perdido que voltou para casa. Tamar Moema seria a infeliz e desprezada “vampiro” ao fim do filme.

Tamar Moema. A menina que sempre faz a gente escrever um diminutivo carinhoso para ela. Tem no filme um papel de mulher. Tamarzinha que a gente já aprendeu a querer bem. Porque é a imagem de um camafeu na moldura da vida. Foi escolhida para ser um vampiro. (CINEARTE, 6 de agosto de 1930, nº 232, p. 8)

A atriz, descoberta por Adhemar Gonzaga em um bonde, também revela a confusão com relação a sua pessoa e a profissão de atriz.

[...] estreio justamente no papel que sempre quis interpretar. Talvez se espantem. Talvez riam de mim. Mas é exato. Prefiro os papeis de mulher. Quero ser vivaz. Quero ser alegre. Quero viver. Quero sofrer. Viver finalmente[...]porque assim estarei representando. (CINEARTE, 6 de agosto de 1930, nº 232, p. 9)

Quer dizer, representando ela viveria, e vivendo ela estaria representando[...]

Neste sentido, a trajetória da atriz alemã Brigitte Helm, que interpreta a personagem Maria no filme “Metrópolis”, foge às regras do Star-System alemão. Helm teria um contrato com a Ufa, e a empresa seria a responsável pelo controle da exposição da imagem da atriz junto à mídia – como nos moldes hollywoodianos.

Brigitte Helm torna-se conhecida do público brasileiro tanto por “Metrópolis” como por “Alraune”¹⁵⁹ (Alraune, 1927), de Henrik Galeen. No primeiro filme, Maria é um robô com formas de mulher e no segundo “Alraune” é criada artificialmente por um cientista através da inseminação de uma prostituta a partir do sêmen de um assassino. Nos dois casos a questão do humano é posta à prova. E nos dois casos as personagens seduzem e destróem. No Brasil, “Alraune” foi recebido com elogios por Fon-Fon e Cinearte.

Alraune é uma flor estranha que ergue seu cálice de ouro nas trevas da Floresta Negra. A sua origem esconde-se no mistério da vida. [...] Quanto a interpretação, Brigitte Helm marcou aqui o seu belo lugar. Soberba, perturbadora, terrível, parecendo que em vez de unhas rosadas ela tem garras, monstruosamente má na sublimidade da sua formosura. (FON-FON, 22 de dezembro de 1928, nº 51, p. 49)

Ao contrário das previsões publicadas em Cinearte, Brigitte Helm não foi para Hollywood. Mas na Europa a sua imagem – e pessoa – “[...] cruzou para outras mídias e formas de representação, especialmente de moda e na imprensa ilustrada.”¹⁶⁰ (BERGFELDER; HARRIS; STREET, 2007, p. 148)

E o estilo de Helm não coincidia com o convencionalmente propagado pelas figuras femininas tradicionais do cinema mudo. “Em sua combinação paradoxal de qualidades ‘arcaico-animalescas’ e ‘modernistas-mecânicas’, ela encarna, ao invés, a estética fria, nervosa, e aerodinâmica, mas também ornamental e historicista do Art Deco.”¹⁶¹ (BERGFELDER; HARRIS; STREET, 2007, p. 148)

¹⁵⁹ “Alraune” é refilmado em 1930 por Richard Oswald, também com Brigitte Helm no papel de “Alraune”.

¹⁶⁰ Tradução da autora: “[...] crossed over into other media and forms of representation, especially fashion and illustrated press.”

¹⁶¹ Tradução da autora: “In her paradoxical combination of ‘archaic-animalistic’ and ‘modernist-mechanical’ qualities, she embodied instead the cool, edgy, and streamlined, yet also ornamental and historicist aesthetics of Art Deco.”

Mas talvez a atriz que mais tenha cristalizado o imaginário acerca da fatalidade feminina e dos perigos das “vampiros”, ao mesmo tempo que era uma porta-voz do estilo Art Deco, tenha sido a atriz sueca Greta Garbo. Em certa medida, por sua postura mais de acordo com o star-system europeu, suscitando assim uma curiosidade e mistério em torno da sua emblemática figura.

Logo que chega a Hollywood, acompanhando o diretor Mauritz Stiller, Greta Garbo é comparada a atriz húngara Lya de Putti. A matéria “Greta Garbo não quer ser mais ‘vampiro’”, de Cinearte, informa que queriam dar-lhe papéis de “vampiro” e que, mesmo que resistisse, seria difícil negar. “É uma sereia, mesmo que não queira.” (CINEARTE, 29 de dezembro de 1926, nº 44, p. 6)

Segundo Lucy Fischer (2003)

Em sua biografia da atriz, Barry Paris fala de como Hollywood teve problemas em produzi-la, em sua dicotomia rígida da mãe versus a prostituta. Para ela era "nem virgem, vamp, nem melindrosa, mas toda uma nova fêmea animal" com "personalidade suficiente para fazer o amor livre solidário" para um público americano puritano. Percebendo a singularidade de sua personalidade na tela, Garbo escreveu para casa à Suécia: "Eles não têm um tipo como eu aqui fora".¹⁶² (FISCHER, 2003, p. 95)

E as atrizes europeias, a partir de então, cada vez mais passam a caber em um compartimento estrangeiro, onde lhes são atribuídos papéis que as norte-americanas nativas não devem encenar. “Como prova de que Garbo se encaixa em uma ‘fenda’ da Hollywood Europeia, assim que Marlene Dietrich chegou ao local, as duas atrizes começaram a ser comparadas.”¹⁶³ (FISCHER, 2003, p.95) (Figura 73)

¹⁶² Tradução da autora: “In his biography of the actress, Barry Paris speaks of how Hollywood had trouble factoring her into its rigid dichotomy of mother versus whore. For she was 'neither virgin, vamp, nor flapper, but an entirely new female animal' with 'personality enough to make free love sympathetic' to a puritanical American public. Realizing the uniqueness of her screen persona, Garbo wrote home to Sweden: 'They don't have a type like me out here'.”

¹⁶³ Tradução da autora: “As evidence that Garbo fit into Hollywood's European 'slot', as soon as Marlene Dietrich arrived on the scene, the two actresses began to be compared.”

Figura 73 - Foto Greta Garbo em Cinearte



Fonte: Cinearte, 2 de fevereiro de 1927, nº49, p. 26. Hemeroteca Digital Brasileira

O comentário do filme “O Beijo” (The Kiss, 1929) publicado na revista Fon-Fon traz a seguinte descrição: “Drama profundamente emocionante em que mais uma vez o temperamento vibrátil de Greta Garbo cria mais uma mulher fatal. [...] Greta é a mulher ideal nesse gênero de trabalho.” (FON-FON, 7 de junho de 1929, p. 68)

Em muitos aspectos, a imagem feminina independente de Garbo também parece se relacionar com sua estranheza, como se os americanos só pudessem tolerar uma mulher tão ousada na tela se ela não fosse uma “All-American Girl”. Por isso, a imprensa da época sublinha o misterioso europeísmo de Garbo, chamando-a de “a loira

escandinava”, uma “sereia” de Estocolmo ou uma “Venus”.¹⁶⁴ (FISCHER, 2003, p. 95)

O filme “O Beijo”, foi o último filme silencioso de Garbo, dirigido pelo diretor belga Jacques Feyder, “[...] que havia trabalhado na França na escola do ‘realismo poético’.”¹⁶⁵ (FISCHER, 2003, p. 105) A personagem Irene é uma audaciosa adúltera que desafia as convenções. E os cenários Art Deco do filme desempenham um papel relevante indo além da adequação à narrativa para dar uma aparência de realismo, ou de proporcionar um fundo artístico para a atriz. Em uma função que acompanha outros filmes de Garbo ao longo dos anos 20 e 30, “[...] eles ostentam grande força simbólica: estabelecendo a paridade entre decoração e heroína, marcando ambos como avant-garde e perigosos.” ¹⁶⁶(FISCHER, 2003, p. 110) (Figura 74) (Figura 75)

Figura 74 - Greta Garbo como “La Brunna” em “Laranjais em Flor”



Fonte: Fischer, 2003, p.93.

Legenda: Greta Garbo no papel de "La Brunna" no filme "Laranjais em Flor" (Torrent, 1926) de Monta Bell, com figurino de Max Ree.

¹⁶⁴ Tradução da autora: “In many ways, Garbo's independent female image also seems associated with her 'foreignness', as though Americans could only tolerate such a risqué woman on-screen if she were not an 'All-American Girl'. Hence, the press of the period stresses Garbo's mysterious Europeanness, calling her 'aScandinavian blonde', a Stockholm 'siren' or 'Venus'.”

¹⁶⁵ Tradução da autora: “[...] who had worked in France with the school of ‘poetic realism’.”

¹⁶⁶ Tradução da autora: “[...] bear great symbolic force: establishing parity between décor and heroine, marking both as avant-garde and perilous.”

Figura 75 - Max Ree em Cinearte



Fonte: Cinearte, 2 de março de 1927, nº 53, p. 27. Hemeroteca Digital Brasileira.
 Legenda: Página da revista Cinearte de março de 1927, intitulada “Figurinos de Cinema”, com trabalhos de Max Ree. Na legenda lê-se: “Max Ree, artista dinamarquês é uma sensação de Hollywood como criador de moda. Ele é protegido de Reinhardt e está trabalhando na Metro-Goldwyn”.

Em 1929, o representante de Cinearte em Hollywood, L;S. Marinho, relata suas tentativas de entrevistar a atriz. No seu texto percebe-se o fascínio exercido por Garbo. O título da matéria é “Temperamental? ... Não!”, apesar de Marinho admitir não ter conversado com a atriz mais do que alguns minutos. O texto é mais uma descrição do seu estado nervoso ao saber que iria se encontrar com Garbo.

O próprio autor cita o terror ao se aproximar daquela mulher “[...] um milhão de vezes terrível. Um milhão de vezes divina.” (CINEARTE, 6 de fevereiro de 1929, nº 154, p.14) Marinho diz que Garbo ri “a lá mexicana”. Mas que “De seu semblante

quase místico desprende-se uma nuvem de mistério incontido e contrafeito.” (CINEARTE, 6 de fevereiro de 1929, nº 154, p.14) Relata que ao se apresentarem ele se tranquilizou e pode procurar aquela

[...] alma diabólica, capaz de perverter a humanidade toda, com um sorriso frio, indeciso e penetrante [...] Um sorriso, uns lábios sensuais, que escaldam ao contato de um beijo [...] uns lábios cujos beijos trazem impregnados o veneno que fulmina, que aniquila e que mata. (CINEARTE, 6 de fevereiro de 1929, nº 154, p. 32)

Marinho vai ao encontro de Garbo durante as filmagens de uma narrativa que se desenrola em Java. Onde a mesa, posta no chão, seguia os hábitos javaneses, sem cadeiras. A mesa continha “iguarias inimagináveis”. Ele informa que ao final Garbo retirou-se “[...] com Alma, uma preta luzidia, com aparência de grande senhora, e ares de importância.” (CINEARTE, 6 de fevereiro de 1929, nº 154, p. 32)

Todo o cenário, como descrito, remete ao exotismo das terras distantes. O filme em questão era “Wild Orchids”, (Orquídeas Selvagens, 1929), Sidney Franklin, em uma trama que se desenvolvia em Java. Como já anunciado por Will Hays, o filme não era apenas entretenimento, mas todo um veículo de promoção de bens de consumo e imaginários. Pois, “[...] no cinema e na cultura americana, a promoção pelo Deco de uma estética orientalista (em moda e mobiliário doméstico) destina-se a infundir no mundo ocidental sério a alegada carnalidade do Oriente.”¹⁶⁷ (FISCHER, 2003, p. 96)

Em outubro de 1932, é reproduzida, na revista Cinearte, a seguinte nota da revista americana *Vanity Fair*, de autoria de Jim Tully;

Greta Garbo tipifica o langor da paixão. Ela é a única mulher no mundo que capitalizou a anemia. Quando ela brilha ou desliza por uma de suas cenas, boca semi-aberta e olhar brilhante, quase fosforescente, registra absolutamente a paixão exótica. É possível que sua boca esteja aberta porque ela esteja cansada de a ter fechada[...]e os olhos brilhantes, porque ela, tonta de cansaço, esteja neles dando as últimas résteas de sua energia. (CINEARTE, 5 de outubro de 1932, nº 345, p. 28)

E em 1932, a revista Fon-Fon se rende aos encantos da atriz, quando publica que:

¹⁶⁷ Tradução da autora: “[...] in the film and in the american culture, Deco's championing of an Orientalist aesthetic (in fashion and domestic furnishings) is meant to infuse the staid Western world with the alleged carnality of the East.”

Na história do cinema – assim se escreverá amanhã ou dentro de vinte anos – se destacará um nome único e soberano, emblema de arte para as gerações futuras: Greta Garbo. A jovem nórdica – alta, delgada e pensativa – tem desafiado as tradições violando os tácitos regulamentos da Cinelândia, desmentindo silenciosamente todas as profecias. (FON-FON, 2 de julho de 1932, nº 27, p. 44)

Mas como visto, o mito não se fez sozinho, tendo sido uma construção que agrega distintos elementos que a fizeram um enigma a ser decifrado. Onde “[...] o estilo Art Deco (tanto como design visual e linguagem semântica) contribuiu enormemente para o idioma ‘hieroglífico’ e ‘simbólico’ do ecrã que Garbo proferiu [...]”. (FISCHER, 2003, p. 121)

E como será visto a seguir, este idioma se estende para além das telas e está presente também nos figurinos e roupas do período. Através de uma ampla e complexa rede envolvendo meios de comunicação, mercados de consumo, tendências de comportamento, indústria, economia e política. Onde a esfera da cultura, de maneira mundializada, preserva as especificidades e promove adaptações de modelos standardizados. E onde o carácter transnacional do cinema serve de veículo, ao mesmo que promove, tais transformações.

4.4 MODA E FIGURINOS

Nos primeiros anos do cinema, os criadores de figurinos não recebiam créditos, o que dificulta o trabalho dos pesquisadores. Mas já na primeira década havia laços estreitos entre figurino e a produção de filmes (LEESE, 1991).

No Brasil, no período analisado, os figurinos de cinema – e sua elaboração, não seguem o caminho de uma maior profissionalização. Na revista *Cinearte*, de janeiro de 1929 o artigo “*O desenvolvimento de cinema de amadores no nosso País*¹⁶⁸ - *A questão do vestiário*”, o que se percebe é um apelo à simplicidade dos vestuários, em conformidade ao exposto pela jornalista Alexandra Farah sobre a história do figurino no cinema nacional: “Realismo, naturalismo e um estilo ‘caseirinho’ são as palavras mais próximas do guarda-roupa do audiovisual brasileiro”. (FARAH, 2007, p. 13)

¹⁶⁸ A grafia segue a utilizada na publicação.

Vinte anos antes da publicação do texto na revista *Cinearte*, em Londres, a designer britânica Lady Duff-Gordon, ou Lucile (1863 – 1935)¹⁶⁹ - nome profissional, inovava na costura e produzia peças para atrizes nos palcos de teatros, no cinema, e fora deles. Seus negócios se expandiram para a América ainda em 1909.

Lucile é conhecida por ser a primeira a treinar modelos (*fashion models*) e a estabelecer as primeiras apresentações de passarela ou *catwalk style shows*. Uma descrição do *catwalk* aparece na revista *Fon-Fon* de 1928, na nota “Canto, moda e música” como uma novidade que estaria atraindo a atenção em Paris por exibir as roupas em ambientes mais acessíveis.

Uma das mais recentes originalidades da moda, ou melhor, do comércio da mesma, nos luxuosos estabelecimentos de Paris [...] Enquanto lentos manequins pomposamente desfilam diante dos compradores que tem acesso aos grandes salões das grandes casas onde se fabrica a elegância e se materializa a bela fantasia, um cantor ou cantora da moda em alguns dos teatros ou music halls da Cidade Luz pormenoriza as linhas e primores de cada vestido. [...] A freguesia fica como fascinada, acha tudo barato e bom e vai comprando[...] (FON-FON, 1º de setembro de 1928, nº 35, p. 5).

As criações de Lucile foram vestidas por Mary Pickford, apareceram em filmes de David Griffith e recebiam grande atenção dos jornais. Além da sua participação nos *stages*, a designer escrevia mensalmente para a *Harper's* e para a *Goodhousekeeping*. Já antecipando a relação entre a moda, os figurinos e a mídia impressa da época, no caso, revistas.

No caso dos Estados Unidos, estas publicações eram destinadas às mulheres das classes altas e médias, mas giravam em torno da mulher urbana, mais associada ao consumo no período do que a mulher rural.

Devido à economia de raça neste período, o discurso dominante do consumidor americano visava a mulher caucasiana [...] A mulher negra

¹⁶⁹Lucy Christiana foi uma famosa estilista britânica. Disponível em:

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Lucy,_Lady_Duff-Gordon>. Acesso em: 13 mar. 2013.

De acordo com Landis (2007): “Uma das casa de design mais influentes, patrocinada por atrizes tais como Irene Castle, a dançarina sensação do período, foi Lucile Ttd., a casa fundada pela inglesa Lady Duff Gordon. Sendo sua melhor publicidade, Gordon era o glamour personificado: na verdade, é dado a ela o crédito de ter introduzido a palavra ‘chic’ na língua inglesa”. (LANDIS, 2007, p.3 - Tradução nossa) “One of the most influential design houses, patronized by such actresses as early dance sensation Irene Castle, was Lucile Ltd., the house founded by London’s Lady Duff Gordon. Her own best advertisement, Gordon was glamour personified; indeed, she is widely credit with introducing the word “chic” to the English language”.

só entrou na retórica como um símbolo do "primitivo" ou "exótico", raramente como o sendo objeto de destino. ¹⁷⁰ (FISCHER, 2003, p. 43)

Roupas de Lucile também eram vistas nas *Newsreels*¹⁷¹ da *Pathé* filmes e da *Gaumont*. Estas produções (entre outras atualidades), cobriam eventos de moda (a *Pathé* a partir de 1911 com maior intensidade), que serviram para a circulação da alta-costura junto a um público maior ao das clientes das *maisons*. E também para a criação de tendências em várias partes do mundo que exibiam as produções do cinema francês e americano.

A partir de 1915 – período da Primeira Grande Guerra - os *newsreels* de moda começam a apresentar um enredo (aqui a narrativa a dar sentido para sustentação da indústria). Apesar de produzido nos EUA, os modelos de roupas eram de estilistas franceses. Mas é a visão comercial e industrial da produção americana que consagra a relação cinema – Moda – imprensa – mercado.

Em 1917 o braço Americano da *Pathé* fez uma série de filmes chamada *Florence Rose Fashion*, dirigidas pela editora de moda do *New York Evening Mail*, Florence Rose. Trinta e um desses curtas foram produzidos entre 1916/17 e todos tinham um enredo simples. A ideia era lançar um filme a cada quinze dias – já com relações estabelecidas com uma dúzia dos mais importantes jornais como “*Chicago Daly News*”, the “*Boston Traveller*”, “*Pittsburg Dispatch*” etc, e os artigos aparecerem doze dias antes do filme ser apresentado nos cinemas locais. Os artigos eram escritos por Radnor Lewis ex-editora da *Harper’s Bazar* e ilustrados por Winifred I Messer. Assim, pela primeira vez, a mulher Americana comum, mediana consciente podia ler a página/editorial de moda em seu jornal local e depois ir ao cinema para ver essas roupas prontas, modeladas. O jornal dava todos os detalhes de onde a leitora poderia comprar as roupas, porque nenhuma publicidade era feita nas telas. (LEESE, 1991, p.11)¹⁷²

¹⁷⁰ Tradução da autora: “Due to the economics of race in this period, mainstream American consumer discourse was aimed at the caucasian woman.[...] The black female only entered that rhetoric as a symbol of the "Primitive" or the "Exotic", rarely as the subject of its address.

¹⁷¹ Notícias cinematográficas.

¹⁷² Tradução da autora: “In 1917 the american side of the Pathe Company made a series of films called *Florence Rose Fashions*, which were directed by the fashion page director of the ‘*New York Evening mail*’, Florence Rose. Thirty-one of these short were issued between 1916 and 1917 and these also have a simple storyline...The idea was to release a film every fortnight with a tie-up between a dozen of a leading American newspaper such as the “*Chicago Daly News*”, the “*Boston Traveller*”, “*Pittsburg Dispatch*” etcetera, and articles appeared in relevant papers for twelve days before the film was to be shown at the local cinema. The articles was written by Mrs Radnor Lewis formerly managing editor of “*The Harper’s Bazaar*”, and were illustrated by Winifred I Messer. So, for the first time, the ordinary fashion conscious- woman in America could read the fashion page in her local paper and then go along to see the styles modeled. The newspaper most have given all the details of here the reader could by the clothes, because no advertising was done on the screen”.

Neste momento registra-se um aumento das publicações voltadas ao comportamento social ao mesmo tempo contendo dados sobre as programações das salas de cinema bem como os hábitos relacionados a ele. (Figura 76)

Figura 76 - Foto de Edward Steichen para Vogue, 1923



Fonte: Herschdorfen, 2012, p. 33

Legenda: Foto de Edward Steichen para Vogue, 1923. Coming into Fashion - A Century of PhotograPhy at Condé Nast.

Assim, o cinema - e dentro dele o elemento figurino – surge como um sistema de troca informacional capaz de criar e reproduzir expressões de imaginários de distintas épocas. (Figura 77) (Figura 78)

Figura 77 - Atriz Nita Ney em Cinearte, 1928



Fonte: Cinearte, 19 de setembro de 1928, nº 134, p. 8. Hemeroteca Digital Brasileira.

Figura 78 - Arquibancadas do Hipódromo



Fonte: Fon-Fon, 21 de abril de 1928, nº 16, p.40. Hemeroteca Digital Brasileira.

A descrição do vestuário de Moda – e não mais a sua realização – é, pois, um fato social, de sorte que, mesmo se o vestuário de Moda ficasse puramente imaginário (sem influência sobre a roupa real), constituiria ele um elemento incontestável da cultura de massa, exatamente como os romances populares, os *comics*, o cinema. (BARTHES, 1979. p. 9)

E os figurinos recebem cada vez mais atenção, como expõe Roubine (1982, p. 127):

O figurino [...] deve ser considerado como uma variedade particular do objeto cênico. Pois se ele tem uma função específica, a de contribuir para a elaboração do personagem pelo ator, constitui também um conjunto de formas e cores que intervêm no espaço do espetáculo, e devem portanto integrar-se a ele.

Mas a utilização do figurino como referência de um determinado período, para ambientação de histórias, não é privilégio do cinema. Na literatura são abundantes as obras que se utilizam da descrição das roupas para criar seu universo narrativo. Em “O retrato de Dorian Gray”, de 1891, Oscar Wilde logo nas primeiras páginas escreve:

Há dois meses, compareci a uma recepção na residência de *Lady Brandon*. Você sabe que nós, pobres artistas, temos que, de tempos em tempos, nos exibirmos em sociedade apenas para lembrarmos ao público que não somos selvagens. De fraque e gravata branca – foi você mesmo que m’o disse, um dia – qualquer pessoa, até mesmo um corretor de valores, consegue a fama de civilizado. (WILDE, 2009, p. 12)

Em 1922, Francis Scott Fitzgerald, também se utilizava do universo das vestimentas e tecidos para construir a imagem da paixão obsessiva que o protagonista Anthony Patch sentia por sua amada Gloria, na Nova Iorque da década de 20 do século passado, em “*Os belos e malditos*”:

Ela estava agora em uma loja [...] movendo-se com agilidade entre as peles e os veludos, com seu vestido fazendo um elegante fru-fru naquele mundo de fru-frus sedosos e risadas lânguidas [...] As Minnies e Pearls e Jewels e Jennies se reuniam a sua volta como cortesãs trazendo roupas frágeis e vaporosas de crepe Georgette, de chiffon delicado [...] de renda leitosa para descansar em pálido desalinho contra seu pescoço – o damasco só era usado hoje para cobrir padres e divãs, e o pano de Samarand lembrado apenas por poetas românticos. (FITZGERALD, 2008, p. 103)

Como já mencionado, nos primeiros anos do cinema, os criadores de figurinos não recebiam créditos, mas Hattie Carnegie (1880 – 1956)¹⁷³ já os solicitava e que

¹⁷³ Hattie Carnegie nasceu na Áustria em 1880, mas estabeleceu-se em Nova Iorque na década de 20 do século XX. Foi uma empresária da moda de sucesso e uma das pioneiras do ready-to-wear. Disponível em: <http://en.wikipedia.org/wiki/Hattie_Carnegie> Acesso em: 10 maio 2013.

Joan Crawford usava suas criações (LEESE, 1991). Outro nome de destaque é o de Elsa Schiaparelli (1890 – 1973)¹⁷⁴, que mantinha estreitas relações com artistas como Jean Cocteau e Salvador Dali, e respondia por alguns *looks* de Mae West.

Neste período inicial, era comum as casas de alta costura fornecerem roupas para os filmes. Apesar de não receberem créditos nas telas as novidades apareciam em revistas que comentavam de onde vinham as roupas que as atrizes utilizavam. Mas a consolidação da indústria cinematográfica fez surgir os *wardrobe departments*, ou departamentos de guarda-roupa, figurinos.

Segundo Landis (2007, p. 2) foi o produtor Adolph Zuckor, da Paramount, que introduziu o conceito de figurinista de cinema como um colaborador criativo.

Por \$ 40,000, Zuckor adquiriu os direitos do filme francês A Rainha Elizabeth (1912), estrelado por Sarah Bernhardt como a Rainha Elizabeth, vestindo inverossímeis trajes luxuosos renascentistas italianos do estilista de alta costura francesa Paul Poiret, conhecido como “Le Magnifique”.¹⁷⁵

No caso brasileiro, como informa nota da seção “Cinema Brasileiro” da revista Cinearte, 20 anos após a criação do departamento de figurino nos Estados Unidos, a prática de adquirir roupas para usar nos filmes ainda era comum. E a referência, Paris.

Seguiu ontem para a Europa, em viagem que se prende também a alguns assuntos da ‘Cinédia’, a estrela do seu primeiro filme “Lábios sem Beijos”. Lelita Rosa. Passará ela em Paris cerca de 30 dias ocupando-se, entre outras coisas, com a compra de diversos e variados modelos de figurinos, o que serão, quando do seu regresso, a sensação do seu próximo filme, que marcará ainda uma novidade para os “fans”. (CINEARTE, 2 de julho de 1930, nº 227, p. 4)

Nesse momento, uma criação de vestimentas oriunda do Brasil era praticamente inexistente. A máquina de costura chega ao país por volta de 1860¹⁷⁶, mas: “Em inúmeros artigos sobre moda percebemos referências aos centros europeus e até Nova Iorque. O que demonstra a falta de estilistas de moda essencialmente

¹⁷⁴ Elsa Schiaparelli foi uma estilista italiana. Por suas relações com artistas é considerada uma das responsáveis pela fusão da moda com a arte.

Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Elsa_Schiaparelli>. Acesso em: 10 maio 2013

¹⁷⁵ Tradução da autora: “For \$ 40,000, Zuckor acquired the rights to the French film *La Reine Elisabeth* (1912), starring Sarah Bernhardt as the English queen, wearing unlikely lavish Italian Renaissance costumes designed by the French couture designer Paul Poiret, known as ‘Le Magnifique’”.

¹⁷⁶ A máquina de costura surge em 1830. Disponível em: <[http://www.infopedia.pt/\\$maquina-de-costura](http://www.infopedia.pt/$maquina-de-costura)>. Acesso em: 14 abr. 2013. Sobre esse tema ver: Rainho, Maria do Carmo Teixeira. *A Cidade e a Moda*. Brasília: UNB, 2002 “ (GELLACIC, 2008)

brasileiros, e por isso as tendências são buscadas fora”. (GELLACIC, 2008, p. 48) (Figura 79)

Figura 79 - Mulheres nas ruas, 1928



Fonte: Fon-Fon, 27 de outubro de 1928, nº 43, p. 33. Hemeroteca Digital Brasileira.

Na continuidade do relato sobre os departamentos de figurinos, Landis esclarece que o costureiro francês Paul Poiret (1879 – 1944) criou para estrelas dos palcos e das telas, e que sua influência suntuosa e exótica se tornava extasiante nas telas, o que logo era visto nas ruas. “As audiências americanas estavam aprendendo o que as europeias já haviam descoberto – que mais que entretenimento, filmes podem ser arte”.¹⁷⁷(LANDIS, 2007, p. 2)

A figura de Poiret está ligada à modernidade do corpo feminino e ao Art Deco, a partir das mudanças por ele promovidas em espartilhos e vestidos. A Poiret é atribuída a libertação do corpo feminino da forma em S de valorização dos quadris e nádegas (ver figura 4). O costureiro libera a cintura, redesenhando vestidos em estilo império. Restringindo as mulheres, então, dentro de uma construção tubular.

¹⁷⁷ Tradução da autora: “American audiences were learning what Europeans had already discovered – that more than entertainment, films could be art”.

Assim, se por um lado há uma libertação, em seguida a figura moderna magra e andrógina traz traços de profundas restrições. E o corpo da mulher, vinculado ao Art Deco, se torna também adequado para uma manipulação do consumo.

O corpo da mulher inspirado por Poiret foi comprimido – tornado "aerodinâmico" - a fim de vender coisas, foi reduzido a zero a fim de permitir que ele significasse apenas o que vendia. Seios, por exemplo, foram refreados para que o feminino não significasse também o maternal.¹⁷⁸ (WINOKUR apud FISCHER, 2003, p. 32)

Outro nome relevante para o estabelecimento dos departamentos de figurinos foi o do diretor David W. Griffith (1875 – 1948). “A criação dos departamentos especializados em figurinos deve ser creditada a D. W. Griffith, cujo o emprego de designers em filmes foi apenas mais uma das suas inovações no fazer cinema.” (LANDIS, 2007, p. 4)¹⁷⁹

Com esta nova configuração de produção, em 1924 a Paramount Pictures contrata Edith Head como *costume design sketch*. Entre 1948 (ano em que tem início a premiação do Oscar para a categoria) e 1966, Head foi nominada 38 vezes e ganhou 8 estatuetas.

Head é nome relevante porque a partir da sua biografia fica mais nítida uma oposição/diferença entre a figura do estilista e a do figurinista. O primeiro sendo responsável pela criação de roupas que se sobressaem à narrativa e o segundo pelas vestimentas que contribuem com a história. Ou seja, a roupa como espetáculo é prerrogativa do estilista. O figurinista é responsável pela roupa com proposta que sirva à narrativa.

De qualquer forma, a relevância do figurino na composição da cena cinematográfica mudou, como avalia Landis: “O figurino é uma das mais efetivas ferramentas de um diretor para contar uma história – tão poderosa que uma distração em uma roupa pode arruinar uma cena” (LANDIS, 2007, p. 17).¹⁸⁰

¹⁷⁸ Tradução da autora: “The Poiret-inspired woman's body was compressed - "streamlined" - in order to sell things, reduced to zero in order to allow it mean only what it sold. Breasts for example, were reined in so that the feminine would not also mean the maternal.”

¹⁷⁹ Tradução da autora: “The creation of specialized movie costume departments may be credited to D.W. Griffith, whose employment of film designers was just one of his many innovations in moviemaking”.

¹⁸⁰ Tradução da autora: “The successful costume, then, is the amalgamation os the screen writer's, the director's interpretation and the costume designer intuition and talent”.

No período analisado no presente estudo, não são frequentes as matérias que abordam especificamente a confecção dos figurinos. Mas algumas notas revelam a importância que o setor passa a ter na indústria cinematográfica como a que faz referência a realização dos figurinos para o filme “Moda para Senhoras” (*Fashions for Women*, 1927) da Paramount, onde consta que 61 costureiras, divididas em três turmas que trabalham oito horas, confeccionam os vestidos que a atriz Esther Ralston vai utilizar. O filme foi dirigido por Dorothy Arzner¹⁸¹.

Criadas especialmente para este filme por Travia Banton, um conceituado perito em modas femininas, essas toaletes vibram uma nota inteiramente nova no que concerne às modas de verão e outono. De muito interesse o uso intensivo das penas, o que, segundo Banton, será uma das inovações da moda nas próximas estações. (*FON-FON*, 2 de abril de 1927, nº 14, p. 51)

Em uma ação bastante agressiva de mercado, além dos figurinos apresentados nos filmes, se percebe as atrizes, dentro do *Star-System* norte-americano, funcionando como veículos de divulgação de tendências. Não necessariamente através dos figurinos que trajavam nos filmes, mas de modelos relacionados com a construção em torno de suas vidas privadas.

Nos materiais de divulgação, as atrizes surgem com seus próprios nomes, vestindo diferentes modelos. A partir dos anos 30, a revista *Cinearte* passa a publicar, também, materiais de divulgação do estilo de vida dos atores e atrizes. Com fotos que mostram os diversos ambientes das suas casas. O que não fica claro se realmente eram as suas casas, ou apenas uma publicidade para a venda de um estilo de vida e dos produtos ligados a este estilo.

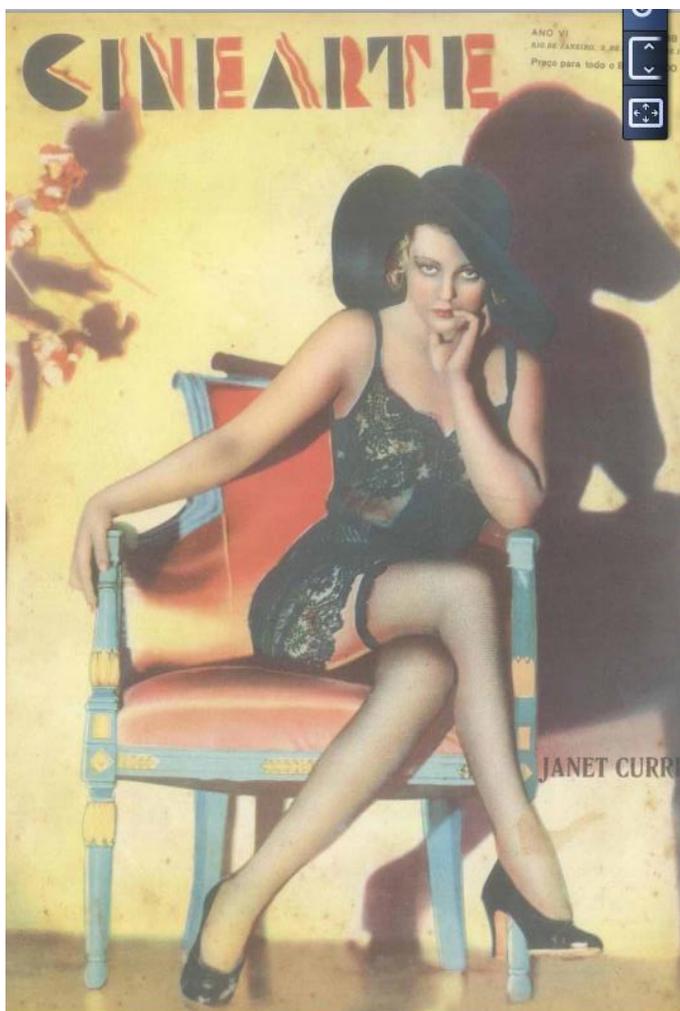
Até o momento verificavam-se diferentes comportamentos sendo estimulados, principalmente em *Cinearte*, que era porta-voz do universo cinematográfico. O que lhe permitia, através do vínculo com a ficção, o registro de atitudes distantes das verificadas no cotidiano brasileiro. Em que o estilo Art Deco se fazia presente, em seu ecletismo abrangente.

Liberadas e altamente sofisticadas mulheres, vestidas com terninhos de couro, insolentemente fumando cigarros; garotas de saias rodadas brigando pelo vinho; garotas com roupas íntimas ou cintas-liga segurando chicotes; dançarinas em chutes altos; e garotas safadas nuas sob casacos de pele entreabertos. Elas são as amantes dos

¹⁸¹ Dorothy Arzner (1897 – 1979) foi uma diretora de cinema norte-americana. Foi a primeira mulher a figurar no *Directors Guild of America* e uma filmografia de mais de 50 filmes.

sonhos da Berlim sado-masoquista do entre as guerras.¹⁸² (FISCHER, 2003, p. 31) (Figura 80)

Figura 80 - Capa Cinearte de 1931



Fonte: Cinearte, 2 de setembro de 1931, nº 288, Capa. Hemeroteca Digital Brasileira.

E o cinema e suas estrelas serviriam de guias para as mulheres encontrarem suas identidades. Como sugere a matéria “Só depende de você” que pergunta “Gostarieis, talvez, de serdes mais popular?” (CINEARTE, 7 de agosto de 1929, nº 180, p.24 e 25) E incita: “E pode muito bem que já tenhaes chegado a conclusão de que a satisfação ou não satisfação dos vossos desejos é em grande parte uma simples questão de saber ostentar-vos, de apresentardes a vossa personalidade ao mundo.”

¹⁸² kinky, highly sophisticated women dressed in leather trouser suits, insolently smoking cigarettes; swirling-skirted girls fighting the wine; girls in slips or gartered stockings holding whips; dancers doing a high kick; and haughty girls naked beneath their parted fur coats. They are the dream mistresses of sado masochistic Berlin between the wars.

(CINEARTE, 7 de agosto de 1929, nº 180, p.24 e 25) Para tanto, bastava seguir os exemplos mostrados nas telas e revistas.

Já tendes sido aconselhada a vos deixardes guiar pelo cinema em matéria de vestuário, a estudar as estrelas do vosso tipo e adotá-las como modelos na escolha das vossas toilettes. Já tendes sido aconselhada a vos lembrardes dos interiores atraentes que tendes visto na tela, quando tiverdes de mobiliar a vossa casa. Mas[...]já algum dia pensastes em seguir as lições das estrelas quando se trata de apresentar ao mundo a vossa personalidade? (CINEARTE, 7 de agosto de 1929, nº 180, p. 24 e 25)

E para conseguir tal domínio da situação, o importante era ser seletiva diante das ofertas apresentadas.

[...] no cinema, os diferentes tipos são classificados muito definidamente e as suas características realçadas, podereis toma-lo como a vossa pedra de toque. [...] Passae em revista os vossos gostos em matéria de interior doméstico, de vestuário, de alimentação, e decidi, da forma mais definida possível, qual o gênero de pessoa que realmente gostaríeis de ser. As estrelas que mais admirais foram educadas no sentido de incarnar aos olhos do público o que desejáveis ser. (CINEARTE, 7 de agosto de 1929, nº 180, p. 24 e 25)

A partir de 1928, passa a ser publicada, com certa periodicidade, a seção “A Mulher Chic” na revista Fon-Fon. A página traz foto com modelos vestindo criações de estilistas franceses – na maioria de Jean Patou. No mesmo período a revista começa a publicar a seção “Varinha de Condão” com dicas de trajes para as mulheres. (Figura 81) (Figura 82)

Figura 81 - Seção “A mulher Chic” em Fon-Fon



Fonte: Fon-Fon, 8 de junho de 1929, nº 23, p.35. Hemeroteca Digital Brasileira.
Legenda: Modelo de Jean Patou.

Figura 82 - Mulheres na Rua, 1928



Fonte: Fon-Fon, 4 de agosto de 1928, nº 31, p.34 Hemeroteca Digital Brasileira.

Confirmando o papel orientador do cinema, vinculado ao consumo, em 1931 a estilista francesa Coco Chanel (1883 – 1971) é contratada pela Goldwin para resolver as mudanças frequentes que ocorriam nas bainhas e cinturas das roupas entre os anos 20/30. Afirmava-se que a empresa perdia muitas vestes - e dinheiro, com estas mudanças que podiam fazer um filme parecer fora de época pelo tempo entre a sua produção e o seu lançamento.

Com uma visão à frente do seu tempo, Chanel poderia elaborar figurinos que resistissem a alternância de tendências muitas vezes ditadas por ela mesma. Além de participar como estilista, pode-se dizer que Chanel contribuiu para a própria linguagem do cinema ao pensar o figurino.

Chanel compreendeu que uma atriz no palco utiliza um vestido em particular para sentar, ficar em pé ou circular, e que uma designer teria que produzir um figurino que fosse atraente em todas estas situações. Mas uma filmagem era bem diferente, sendo feita em diversos planos, tomadas. Ela decidiu fazer, pelo menos quatro versões de um mesmo vestido. Eles pareceriam idênticos, mas cada um foi cortado para ser visto no seu melhor ângulo em cada movimento ou ação. (LEESE, 1991, p.14) ¹⁸³

Esse entendimento do cinema, capaz de adaptar seu trabalho às necessidades do meio está em sintonia com o trabalho desenvolvido pelo diretor de arte Robert Herlth, que atuou em filmes de Fritz Lang e F.W.Murnau. Herlth esclarece que costumava elaborar os cenários primeiro, e depois desenhar as figuras que se movimentariam nele. A partir do incentivo de Murnau, Herlth passou a fazer o contrário, desenhando as pessoas primeiro. “[...] eu começava desenhando o que aconteceria na cena, e depois o espaço apropriado parecia surgir daí.”¹⁸⁴ Os resultados foram interiores cada vez mais simples e vazios. “Era o ator que tinha que preenche-los.”¹⁸⁵ (HERLTH, 1963 apud BERGFELDER; HARRIS; STREET, 2007, p. 46)

O *know-how* de Chanel, que o cinema norte-americano busca ter acesso, a partir da sua contratação, é tema da matéria “Chanel em Hollywood” da revista

¹⁸³ Tradução da autora: “Chanel realised that an actress on the stage wore a particular dress for sitting, standing or lounging, and a designer had to produce an outfit that looked attractive in all these stances. But filming was quite different, being done in short takes. She decides to make at least four versions of each dress. They would seem identical, but each would have been cut to be seen at its best for specific movement or action”.

¹⁸⁴ Tradução da autora: “I would begin by drawing what happened in the scene, and the appropriated space seemed grow out of it”

¹⁸⁵ Tradução da autora: “It was the actor who had to fill in it.”

Cinearte de 1931. Com referências ao consumo e a elementos da vida urbana moderna a matéria abre fazendo menção a produtos que seriam objetos de desejo à época.

Camel ou Chesterfields nos cigarros. Cadillac ou Packards nos automóveis. Victor ou Brunswick nos aparelhos falantes. Paramount ou Metro Goldwyn, nos filmes. Mas na moda, só CHANEL!!! [...] É ela que vem dizendo a Paris o que deve usar, e Paris em seguida, transmitindo as ordens ao resto do mundo. [...] Artística, comercial ou industrialmente, Gabrielle Chanel é uma criatura de suma importância. Samuel Goldwyn acaba de conduzir Mohamed à montanha[...] E nos ambientes, em todos os recantos onde cante a arte, andará o dedo de Chanel que também vai vestir as montagens [...] (CINEARTE, 2 de setembro de 1931, nº 288, p. 8)

O texto faz referência ao papel que Chanel desempenhou no novo desenho da mulher do Pós-Primeira Guerra Mundial. Que em suas linhas simples teria nivelado homens e mulheres. “Foi a revolta da mulher contra a tradição o que Chanel conseguiu com seu espírito moderníssimo!” (CINEARTE, 2 de setembro de 1931, nº 288, p. 8) A matéria também revela a estratégia de mercado estabelecida entre Goldwyn e Chanel. “Antes de remeter o mesmo (modelo) para a Rue de Cambon, onde se acha o seu estabelecimento comercial, em Paris, lançará o seu modelo pela United, e depois dele estar correndo seis meses, enviará o modelo para uso mundial.” (CINEARTE, 2 de setembro de 1931, nº 288, p. 9) Os modelos desenhados para a United eram confeccionados em Paris.

Mas a liberdade emanada das criações também revela um lado aprisionador. A aceleração do ritmo das modas. “Ela acha que as modas, como os amores, não se revivem jamais.” E o culto à juventude. “Chanel acha que criar modelos é cria-lo só para a mocidade. Para maturidade já é preciso imaginar outra coisa, com mais acerto.” (CINEARTE, 2 de setembro de 1931, nº 288, p. 9)

Com um trabalho abrangente que envolve roupas, perfumes e objetos decorativos, Chanel também usa referências do Art Deco em suas inúmeras e influentes criações. Mas o movimento tem no designer francês Erté, outro representante que estabelece, com seus desenhos e criações, as formas predominantes no período. Novamente, ficando a mulher em um ponto central, entre a liberdade e as restrições.

No caso de Erté, ele se consagra no período como um dos mais importantes ilustradores de moda do período que abrange esta pesquisa. Suas ideias em torno da figura feminina e de concepção da imagem da mulher moderna se aproximam do estilo Art Deco e ele via a mulher “[...] como um personagem bastante andrógino.”¹⁸⁶ (FISCHER, 2003, p. 36) Mais como uma convenção social.

Erté se apropriou do senso de abstração presente no Art Deco para desenvolver uma silhueta feminina da época. Como observa Fischer, “em muitas das publicações de moda do período encontram-se referências para a noção de silhueta feminina.”¹⁸⁷ (FISCHER, 2003, p. 36) (Figura 83)

Figura 83 - Foto de André Barre para Vogue de 1930 – Silhueta



Fonte: Herschdorfen, 2012, p. 56.

Legenda: Foto de André Barre para Vogue de abril de 1930. Coming into Fashion - A Century of PhotograPhy at Condé Nast.

O que privilegiava um contorno ao invés de uma corporeidade. Mas a rota para a definição de como deveria ser o padrão de comportamento feminino, e conseqüentemente, a sua figura, logo é estritamente direcionada. (Figura 84) (Figura 85)

¹⁸⁶ Tradução da autora: “[...]as rather androgynous character.”

¹⁸⁷ Tradução da autora: “[...] in many of the fashion publications of the era, one finds reference to the notion of female silhouette.”

Figura 84 - Ilustração Lelita Rosa



Fonte: Cinearte, 2 de janeiro de 1929, nº 149, p. 6. Hemeroteca Digital Brasileira.
Legenda: "Como Alvarus viu Lalita Rosa [...]" Alvarus era um famoso ilustrador do período, e Lelita Rosa, atriz.

Figura 85 - Silhueta atrizes na praia



Fonte: Cinearte, 2 de janeiro de 1929, nº 149, p.3. Hemeroteca Digital Brasileira.
Legenda: Atrizes norte-americanas.

Infelizmente, com o crash da bolsa de 1929 e o início da Grande Depressão, muitos ganhos sociais para as mulheres foram perdidos. [...] O "look lady-like, mais uma vez tornou-se o centro de atração da mulher americana", e como prova disso [...] como bainhas foram reduzidos e cinturas assumiu seu lugar "apropriado": "A festa acabou".¹⁸⁸ (FISCHER, 2003, p. 35)

E as revistas começam a reafirmar o papel da mulher no lar como esposa e mãe. A ascensão da New Woman foi ceifada assim como a ascensão do Art Deco que declina na metade dos 30. Em Fon-Fon, a seção "Alto Falante" anuncia as mudanças. "As mulheres voltaram a baixar as saias, cobrindo novamente aquilo que fez o delicioso escândalo dos olhos irreverentes e diabolicamente penetrantes dos homens." Em uma referência a Eva o texto sugere que esta "[...] que tentou, tentou, esgotando os recursos da sedução de que é capaz uma criaturinha como ela [...]" (FON-FON, 4 de janeiro de 1930, nº 1, p. 53) (Figura 86)

¹⁸⁸ Tradução da autora: "Unfortunately, with the stock market crash of 1929 and the onset of the Depression, many societal gains for women were lost. [...] The "lady-like look once again became the cynosure of the American woman", and as evidence of this [...] how hemlines were lowered and waistlines assumed their "proper" place: "The party is over."

Figura 86 – Bainhas sobem...



Fonte: Cinearte, 11 de maio de 1927, p. 7, nº 63. Hemeroteca Digital Brasileira.

Mas os resultados da ousadia não teriam surtido efeito porque o homem daqueles dias, o “Adão contemporâneo”, com a civilização “[...] tornou-se mais sóbrio, mais comedido e, mesmo, mais [...] pudico.” E o comportamento avançado, teria se mostrado ineficaz. “O que a mulher vestida de verdade, dos outros tempos, conseguiu recatada e pudicamente – dominar e prender o homem a seus encantos – *la Femme Nue* dos nossos dias viu que não conseguiria [...] senão ilusoriamente.” (FON-FON, 4 de janeiro de 1930, nº 1, p. 53) (Figura 87) (Figura 88)

Figura 87 - Saias mais compridas ... cintura mais alta ...



Fonte: Fon-Fon, 23 de agosto de 1930, nº 34, p.55. Hemeroteca Digital Brasileira.

Figura 88 – Bainhas baixam...



Fonte: Fon-Fon, 27 de setembro de 1930, nº 39, p.33. Hemeroteca Digital Brasileira.

No mesmo ano, a matéria “A volta das saias compridas” traz a opinião de atrizes sobre a nova moda. “Que diriam as Graças de hoje, essas deusas do paganismo da

tela? [...] Milhões de pequeninas e lindas ‘fans’ do sexo gentil ficaram esperando que as deusas da tela se pronunciassem [...]” (CINEARTE, 7 de maio de 1930, nº 219, p. 25) Mas o assunto ainda era novo para haver um consenso.

[...] as opiniões se dividem quanto a altura da linha do debrum, nos costumes para a rua, compras e passeio. [...] Por outro lado, quase todas acham que a voga das saias compridas, fazendo com que os estilos se masculinizem menos, afastará para sempre essa moda que fez furor em Hollywood, a moda das pernas nuas. (CINEARTE, 7 de maio de 1930, nº 219, p. 25)

E, na última edição do mesmo ano, a revista Fon-Fon publica “As mulheres se vestem para agradar aos homens”.

Ai está uma novidade que há muito deveria ter sido descoberta. Para que se vestem bem as mulheres? [...] Para agradar a sua vaidade ou para a satisfação visual do sexo forte? A primeira vista [...] parece que é para deleite e vaidade de si própria que a mulher lê publicações de modas, cataloga figurinos, vai a casa das costureiras [...] entretanto [...] tudo isso ela faz para agradar ao homem! [...] Pelo menos é o que nos afirma Claudette Colbert, a linda francesinha dos filmes da Paramount. [...] De uma coisa podemos estar certas, nós, mulheres: é que os homens tem, melhor do que nós, a medida das proporções.” (FON-FON, 6 de dezembro de 1930, nº 49, p. 48)

Desde o início do período analisado, porém, a revista Fon-Fon foi ambivalente com relação às mudanças que o período impunha. A questão da moralidade, relacionada aos novos hábitos que surgiam no cotidiano dos cenários urbanos, era abordada de forma contraditória. Conviviam, na mesma publicação, anúncios de melindrosas emancipadas ao lado de produtos para ser uma boa dona de casa. Os textos de observação dos costumes da época, criticam as mudanças, ao mesmo tempo que defendem certos avanços.

Na edição da primeira semana de fevereiro, de 1927, o texto de Murilla Torres, “Os que mais pedem hospício”, ao tratar de casos de maridos que matavam as esposas, a autora escreve:

A civilização acabou, felizmente, com o absurdo arbitrário de achar que a mulher era “propriedade do marido” e que todo o enganado “tinha de lavar a sua honra” matando-a. Tais chavões estúpidos e tirânicos só serviam para dar a mão aos excessos mórbidos que se expandiam livremente. (FON-FON, 6 de fevereiro de 1927, nº 6, p. 36)

Duas páginas após esta exposição, o texto, assinado por Leo-Fabio, fala da impressão que os visitantes do Rio de Janeiro poderiam ter da cidade se seguissem o que era publicado nos jornais e revistas.

Os que, da província distante, sem nunca ter vindo ao Rio, acompanham lá, de longe, só pelos *clichês* das revistas e pelas “cabeças” das sessões *chics* da imprensa grave o movimento social da metrópole sedutora, tem a impressão, deveras um pouco exagerada de que o Rio, de dezembro a março, fica de *vinha d’alho* nas águas do Flamengo, de Lavolina ou de Ipanema e que toda a nossa sociedade é um vasto balneário promíscuo, uma Miami meridional, que, tendo escapado ao ciclone irresistível não se salvou de certos terremotos morais impossíveis de cobrir ou disfarçar com os simples *maillots* colantes e os calções-tanga da *jeunesse dorée* que, mal egressa da ressaca dos *cabarets* entra imediatamente na outra ressaca, a dos vagalhões encapelados[...] . (FON-FON, 2 de fevereiro de 1927, nº 6, p. 38)

Uma página adiante, encontra-se outra colocação do mesmo raciocínio.

A sociedade corre desenfreada para o abismo da imoralidade. Todo mundo quer gozar [...] E as mulheres quase nuas aceleram por toda a parte a decadência geral dos costumes. A nudez das mulheres é, pois, combatida pelos moralistas e sobretudo pela igreja, que vê em nisso o ressurgimento do paganismo. (FON-FON, 2 de fevereiro de 1927, nº 6, p. 39)

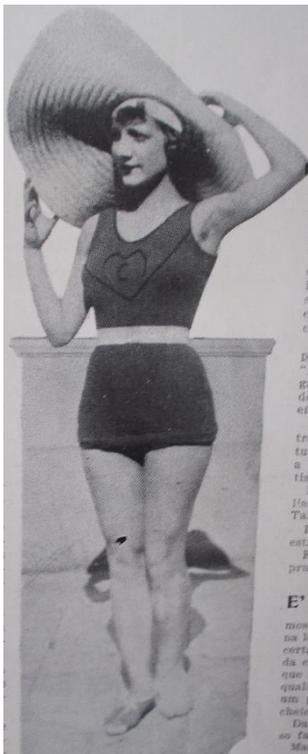
E as mulheres são temas de textos ambíguos, que enaltecem sua beleza, suavidade e atração, ao mesmo tempo que as desmerecem como pessoas. Quando estudos de psicologia e psicanálise são utilizados para sustentar algumas certezas que garantem a conservação de papéis sociais. Nesse sentido não é surpresa encontrar, no texto “Psicólogos” a seguinte passagem:

As mulheres[...]Os psicólogos[...]Interessantes uns e outros. As mulheres porque não tem nada de extraordinário a se dizer sobre elas; nós, homens, é que as fazemos complicadas para ter a satisfação de embarçar as nossas vidas. Os psicólogos porque presumem revelar coisas surpreendentes sobre a alma banalíssima das mulheres.” (FON-FON, 2 de julho de 1927, nº 27, p. 31)

Mais uma vez, os homens como responsáveis pela criação da mulher. Uma mulher que, quando experimenta algum tipo de liberdade, ou conquista espaços na sociedade, logo é vinculada a uma nova tendência estética e absorvida pelo mercado

de consumo. No período que se encerra o presente estudo, no entanto, percebe-se um movimento contrário às manifestações de liberdade de expressão, não apenas femininas, mas das sociedades de modo geral.

Figura 89 - Mademoiselle Carmen Miranda



Fonte: Fon-Fon, 2 de novembro de 1929, nº 44, p. 49. Hemeroteca Digital Brasileira.
Legenda: Mlle "Carmen Miranda numa elegante pose balneária".

5 CONCLUSÕES

A realização da presente pesquisa permitiu algumas conclusões acerca das representações do cinema - e de comportamentos e práticas a ele vinculados, presentes nas revistas Fon-Fon e Cinearte durante o período de 1927 a 1932. A partir da análise, pôde-se verificar a ocorrência de uma incipiente cultura mundializada; o acesso, no Brasil, a um cinema transnacional - a partir de informações relacionadas ao mesmo; e a presença de uma estética vinculada ao Art Deco, a dar os primeiros passos.

Para iniciar a reflexão, faz-se importante retomar o contexto em que estas revistas, filmes e produções cinematográficas ocorriam e circulavam. Como exposto ao longo do Capítulo 2, a produção, circulação e consumo, tanto de revistas como de filmes no Brasil, era restrito a um universo reduzido da população nacional. A grupos essencialmente urbanos, localizados nas maiores cidades do país à época, formados por pessoas que integram uma elite econômica e cultural. Em São Paulo ligadas ao setor cafeeiro, ao Estado, a uma industrialização nascente, e aos grupos de imigrantes, na maioria italianos; no Rio de Janeiro, ao comércio estabelecido, à administração pública e ao poder do Estado. E nos dois centros, aos integrantes da economia agro-exportadora, com familiares estabelecidos nas cidades e detentores do poder político, além de profissionais liberais.

Estes pequenos grupos, no entanto, são responsáveis pela formação da opinião no Brasil, nos meios de comunicação à época, basicamente a imprensa, uma vez que o rádio vai ter seu momento de grande impulsão a partir do período que o presente estudo encerra a análise, na década de 30. Nas revistas eleitas registra-se a construção de uma narrativa do país. Uma narrativa em que muitas vozes estão excluídas. Onde é válido o alerta de Hobsbawn, de não se confundir “[...] editoriais de jornais com a opinião pública”.

Como visto, nos Estados Unidos da América, as revistas eram direcionadas basicamente às mulheres, e às mulheres caucasianas. Onde a mulher negra entrava como sinônimo de primitivo ou exótico. No Brasil, dentro de suas características próprias, as revistas também visavam o público feminino, onde a representação de índios e negros é ínfima. E na busca por uma identificação com países da Europa e com os Estados Unidos, havia o agravante de a própria mulher branca brasileira não ser, na sua imensa maioria, o modelo “caucasiano”, mas latino.

A realidade excludente, no Brasil é percebida nos relatos, como os que abordam os filmes de Josephine Baker, que dão a impressão de se estar diante de uma performance exótica e primitiva de algum recanto esquecido do mundo, e não em um país onde a maioria da população é parda ou negra. E também quando se descrevem os ambientes luxuosos de alguns cinemas de São Paulo, onde o “negrinho vestido de vermelho” abre a porta do carro elegante. O “negrinho vestido de vermelho” era um elemento da programação, à qual não podia usufruir.

O caso da capa da primeira edição de Fon-Fon, de 1927, com a ilustração da índia Iracema, também é elucidativa do papel das imagens que se criavam para construir uma identificação da nação. Como a admitir que os indígenas devessem ser incluídos nas representações, desde que a “Iracema” estivesse com o rosto de uma “Marianne” francesa, e as roupas dos índios fossem semelhantes aos da América do Norte [...]

No caso da Fon-Fon, em seu caráter mundano e urbano, mais ligado a uma cultura “europeia”, basicamente francesa, registra-se a presença constante das forças militares e da igreja. Nos primeiros anos, o presidente Washington Luís aparece em fotos ao lado dos oficiais militares e de representantes da igreja católica. A partir de novembro de 1930, o presidente Getúlio Vargas também passa a ser fotografado em situações onde os poderes se vinculam.

A Cinearte surge de um desmembramento da Para Todos, como uma revista de cinema, em uma época em que os materiais de publicidade impressa enviados aos mercados consumidores dos filmes são abundantes, e onde predominam as informações sobre a produção norte-americana. Entre 1927 e 1932, o único polo cinematográfico capaz de fazer frente, mesmo que com uma penetração menos representativa, é o alemão, através dos filmes - e dos materiais que os acompanhava, da Ufa.

As informações que chegavam às redações das duas revistas passavam por adequações sujeitas ao olhar, e experiência, dos profissionais responsáveis pela sua elaboração. Sinalizando um processo em que pode-se identificar as características de uma cultura mundializada em formação. Isto porque, mesmo o mercado de consumo brasileiro à época não sendo massivo, as informações vinham de distintos países e realidades - tidos como referenciais de civilidade, progresso e modernidade, e eram adaptados à situação nacional.

O Brasil não possuía uma indústria representativa à época, mas os ideais de civilidade e progresso, que permeavam os pensamentos, estavam atrelados às noções de moderno, de velocidade, da dinâmica da vida urbana. Portanto, havia um descompasso entre a realidade econômica, agrário-pastoril-exportadora, dependente de produtos manufaturados, e o anseio de identificação com as sociedades pós-revolução industrial da Europa e dos Estados Unidos.

A atração exercida pelo filme “São Paulo – Sinfonia da Metrópole”, inspirado no filme “Berlim – Sinfonia de uma Metrópole” é significativa. Os editores da revista Cinearte, até o momento, se opunham fortemente aos filmes naturais que registravam índios, negros, selvas e etc. A temática do Brasil “desconhecido”, segundo eles, já tinha sido esgotada. Por isso, não causa estranheza quando um filme, natural, que mostra a cidade de São Paulo, em um recorte da cidade em sua rotina industrial, caia no agrado. Era o ritmo de uma metrópole. Mesmo que isso não fosse representativo de 90% da realidade do Brasil do período.

Por outro lado, é interessante perceber que estes mesmos filmes naturais, rechaçados pelos editores de Cinearte, despertavam interesse nos Estados Unidos e na Europa. Como exposto no texto, estes filmes traziam representações de lugares distantes, a que o público médio não tinha acesso através das viagens – ainda, o que consolidava, e nutria, uma ideia do “outro” exótico e primitivo. Em estágios de pré-civilização. O que confirmava o projeto de progresso a partir dos centros europeu e norte-americano, e portanto, de expansão econômica-cultural - já em andamento nas colônias.

Onde fica exposta uma situação de ambiguidade entre os setores urbanos de caráter mais cosmopolitas, com a realidade do interior do país. Porque a realidade que se apresenta, causa mal-estar. Os filmes naturais que mostravam a natureza, a selva, os índios e os negros, não eram estimulados no país. Mas eram bem recebidos no exterior.

E os mesmos filmes, quando apresentavam as favelas existentes nos morros do Rio de Janeiro, enquanto estradas eram abertas, causavam tristeza por não mostrarem o céu azul, o mar e o morro, ou as indústrias e a beleza do povo. O Brasil, exótico e primitivo podia não estar em um território estrangeiro distante. Mas mesmo assim, era um “outro” a habitar o mesmo espaço.

Na revista Fon-Fon, há a passagem que diz que, para se acreditar em um produto brasileiro, era necessário mascara-lo de exótico, e que o problema estaria no fato de o brasileiro entender e apreciar o Brasil “[...] não como ele em verdade é, porém como o seu raciocínio queria que fosse [...]” (FON-FON, 4 de maio de 1929, nº 18, p. 40) O que se aproxima da colocação de Ortiz, também como exposto no texto, de um pensamento marcadamente evolucionista que legitima a posição hegemônica ocidental de supremacia europeia onde o “[...] dilema dos intelectuais desta época é compreender a defasagem entre teoria e realidade, o que se consubstancia na construção de uma identidade nacional.”

A situação revela um hiato, uma antecipação por parte dos editores, principalmente de Cinearte, de uma modernidade em compasso com uma modernização. Modernização esta, que só seria viável anos depois. Ao mesmo tempo em que se discute uma nacionalidade brasileira, a modernidade, como projeto, permeia os pensamentos das elites intelectuais que discutem a construção da nação e a identidade nacional. Daí as narrativas das revistas revelarem uma antecipação, e uma ilusão, do que se queria que fosse o Brasil.

Como referido, o Brasil da época não comportava um mercado de consumo massivo de bens culturais, que, segundo Ortiz, só começa a se configurar a partir dos anos 40, e com força a partir dos anos 60. Assim, na revista Fon-Fon, é clara a vinculação, descrita por Sodré, da literatura com o jornalismo. Sem uma autonomia entre as funções. Onde o escritor não poderia viver apenas da venda de livros. O que compromete a crítica em relação ao poder político e econômico.

Em Cinearte, os editores têm passagens por outras revistas literárias, vínculos com o funcionalismo público – Mario Behring como funcionário da Biblioteca Nacional, Pedro Lima sendo concursado alguns anos após o trabalho em Cinearte, e intenções de produtores cinematográficos, com Adhemar Gonzaga dirigindo alguns filmes e fundando a Cinédia.

Neste cenário, outra realidade se comprova. O cinema não é, no período, um entretenimento de caráter massivo, como nos Estados Unidos e Europa. Há dificuldade nas projeções no interior, com problemas de distribuição e exibição. E, nos centros urbanos, pelo menos em São Paulo e Rio de Janeiro, os preços das entradas não são acessíveis à maioria da população.

Na revista Fon-Fon, as relações com o estado são claras. Durante a presidência de Washington Luís, este aparece em quase todas as edições analisadas. Ora abrindo estradas, ora em eventos sociais e situações oficiais. Durante a revolução de 30, e um curto período posterior, que coincide com a crise econômica mundial, percebe-se nas páginas da publicação um decréscimo das publicidades mais luxuosas, como os carros (que eram importados) e outros artigos. Também os editoriais ficam ausentes. Como em um silêncio que antecede as definições de condutas a serem tomadas. Em seguida, no entanto, começam os registros das atividades do presidente Getúlio Vargas.

No caso da Cinearte, o que fica visível, ao longo do período analisado, é uma predominância ainda maior dos filmes norte-americanos a partir de 1930. Período da crise e também da consolidação dos filmes falados. Anteriormente, nos primeiros anos, as notas e algumas matérias eram mais abrangentes sobre o cenário cinematográfico internacional. Com mais informações sobre as produções realizadas na Europa. Mesmo assim, os materiais e filmes da Alemanha, basicamente da Ufa, permanecem sendo divulgados – sempre em número consideravelmente inferior aos provenientes dos EUA.

No que concerne às relações com o Estado, a partir da revolução de 30, nota-se em Cinearte um discurso do papel do cinema como propaganda e instrumento de educação. No período de 1930 a 1932, registra-se a redução da taxa de importação sobre o filme virgem e a instauração do decreto 21.240, que normatiza práticas relativas à distribuição, produção, importação e exibição de filmes, em 1932.

Diante do exposto, o cinema transnacional chegava ao Brasil, nas revistas analisadas, na forma de eventuais identificações de estilos que distinguem o fazer europeu do norte-americano. Notas que registravam a distinção entre um trabalho conduzido por um diretor alemão em Hollywood, ou interpretado por uma atriz ou ator nórdicos. Em notas e matérias que falam das comunidades estrangeiras no Estados Unidos, da circulação de profissionais em Berlim, e das parcerias que se formam entre realizadores de distintas nacionalidades.

Também há os relatos sobre as viagens constantes dos profissionais da indústria cinematográfica através do Atlântico. E o desejo de que estas técnicas e experiências pudessem ser trazidas para o país. Como na nota que questiona quando Aberto Cavalcanti viria filmar no Brasil. Também registram a mudança que ocorre no

ambiente em Hollywood com a saída dos estrangeiros que não dominavam o idioma inglês, com o advento do som.

Na revista Fon-Fon, há comentários sobre os cenários feitos em estúdio que apresentariam uma Paris que todos já conhecem, mostrando a internacionalidade de espaços, construídos de acordo com a perspectiva, e backgrounds, dos diretores de arte e cenografistas que, como visto, também circulavam por diferentes pólos cinematográficos. Há os elogios ao cinema feito por Lubitsch nos Estados Unidos. E os mistérios que rondam as atrizes estrangeiras como Pola Negri, Lya de Putti e Greta Garbo.

Outro ponto a ser destacado é o fato de muitos dos filmes exibidos no país e divulgados nas revistas, terem, em sua realização, características de um cinema transnacional. Onde as equipes que os produziam eram de distintas nacionalidades e influências, o que se cristalizava nos cenários, na iluminação, nos movimentos de câmera, nas próprias narrativas e na estética.

Como visto, apesar de o momento ser de configuração de territórios e identidades nacionais, havia uma intensa circulação entre estas fronteiras. E conseqüentemente, de trocas. Em alguns momentos, a própria configuração dos territórios nacionais provocava esta circulação. Como no caso das imigrações por questões políticas, econômicas e raciais. O que nos aproxima de uma cultura mundializada a se consolidar em paralelo a uma economia que se globaliza.

O mesmo se percebe com relação ao Art Deco, um estilo derivado de distintas influências e marcado pelo ecletismo. Um Art Deco absorvido e adaptado pelo mercado de consumo da sociedade capitalista norte-americana altamente industrializada. E que é adotado pela indústria do cinema. E cruza fronteiras através dos filmes distribuídos no mercado mundial do entretenimento.

No Brasil, como mostram as revistas, o estilo atinge as decorações e também as roupas, chegando à arquitetura dos “palácios de cinema”. Mas, como exposto por Ortiz, com um caráter de mundialização, pois, se acompanha o movimento econômico da sociedade de consumo na distribuição dos seus produtos, a absorção sofre adaptações de acordo com as particularidades de cada lugar.

E isso não ocorre apenas no Brasil. Até mesmo nos Estados Unidos a apropriação do estilo sofre adaptações para servir ao propósito de venda e consumo, mas também para se adequar a este mercado, distinto do europeu. E, nestas

particularidades, encontram-se as questões relacionadas à moral, à religião, aos hábitos, não estando vinculado somente às questões econômicas de poder aquisitivo.

Interessante, também, o circuito que se estabelece entre filmes, revistas, moda, figurinos e comportamento. Como no caso da contratação da estilista Coco Chanel pela Metro-Goldwyn, e a estratégia de mercado estabelecida para a venda das criações que fariam parte dos figurinos dos filmes. Circuito já identificado nas atividades da estilista Lucile, que viaja da Inglaterra para os Estados Unidos, produz roupas que são vestidas pelas atrizes e mantém atividades junto às revistas de comportamento. O próprio cinema, através dos jornais da Pathé, servia de veículo divulgador de tendências de moda.

Assim, não é estranho perceber as semelhanças entre os trajes apresentados pelos criadores, fotografados em editoriais de moda, utilizados por estrelas de cinema e vestidos nas ruas das cidades. E aqui, mais uma questão abordada ao longo da pesquisa, o desejo de identificação com a moda francesa, e, como no texto assinado por Astaroth, o referencial de elegância relacionado aos países frios, mesmo no calor tropical.

E a mulher como alvo de consumo, que começa a se configurar no Brasil. Onde os textos, como exposto, são ambíguos ao tratar dos novos costumes vinculados à mulher e ao seu modo de vestir, e pejorativos e moralistas com relação aos avanços relacionados à imagem da Nova Mulher.

E faz-se importante abordar mais uma vez as peculiaridades de cada região. Pois as discussões e a realidade que fazem surgir a “New Woman”, na Alemanha e em algumas sociedades da Europa, são imensamente distintas daquelas onde as fotos e filmes chegam. Se na República de Weimar se discutiam temas como legalização do aborto, participação da mulher no mercado de trabalho, educação sexual, homossexualismo, prostituição e voto feminino, no Brasil da época, isto era apenas um ruído de uma realidade distante. Uma vez que, no universo brasileiro, o operariado ligado às indústrias, representava menos de um por cento da população.

Assim, a imagem da “Vamp” e da melindrosa, tinham aqui, um outro alcance e interpretação. Lembrando, sempre, que está se falando de um núcleo de consumidores de revistas a representar um índice percentual baixíssimo da população, a ter acesso a estas informações.

No caso da produção cinematográfica, o que as revistas analisadas revelam é, também, um certo deslocamento entre a situação real e o que se desejaria ser. As dificuldades com a importação do filme virgem são constantemente abordadas nas páginas de opinião de Cinearte. A organização entre os produtores espalhados por diferentes estados é escassa, como atesta a tentativa de realização de Congresso entre 1927 e 1928. Os materiais de divulgação também não acompanham as produções, e estas, quando finalizadas encontram mais problemas na hora da distribuição e exibição dos filmes.

E há a constante comparação com o estilo de fazer cinema norte-americano. E mesmo neste sentido há divergências. Enquanto Fon-Fon defende enredos que enalteçam o período do Brasil Colônia, Cinearte propõe produções que mostrem o cosmopolitismo nacional. No entanto, mesmo diante das adversidades, são registradas produções que, segundo os relatos das revistas, encontraram boa aceitação do público que tinha acesso às salas de cinema. Como no caso dos filmes “Barro humano”, 1929, de Adhemar Gonzaga, “Lábios sem beijos”, 1930, de Humberto Mauro, “Escrava Isaura”, de 1929, de Marques Filho e “Acabaram-se os Otários”, 1929, de Luiz de Barros.

Assim, com relação ao cinema transnacional, percebe-se a sua existência nas publicações analisadas. Através dos relatos das trocas e circulação dos profissionais que compunham os grupos produtores, e dos comentários sobre os filmes exibidos. E nas tendências estéticas, o Art Deco também se faz presente nas revistas, tanto nos filmes e nos materiais de divulgação publicados, como em elementos constituintes das modas e dos figurinos apresentados. Mas, mais do que se observar a sua efetiva adoção, o que se pode registrar é a sua real divulgação. Tanto pelo cinema – a partir das fotos dos filmes, como pelos figurinos e roupas - vestidos pelas atrizes.

E sobre a questão de uma incipiente mundialização da cultura, pode-se afirmar que, no período, ela já dava sinais de configuração, dentro dos redutos representados pelas revistas analisadas. Como descrito, os próprios diretores das redações, tanto de Fon-Fon quanto de Cinearte, não apenas tinham acesso a informações vindas dos países emissores da Europa e dos Estados Unidos, como viajavam para essas localidades. De lá trazendo suas impressões registradas nas páginas das edições analisadas. Informações estas que seriam acessadas e retrabalhadas de acordo com o cenário local.

E mesmo em Fon-Fon, com seu viés mais francês, já se registravam, no período, seções que davam indícios do fenômeno de norte-americanização da cultura que viria a ser presenciado com ainda mais força no pós-Segunda Guerra Mundial. As colunas com nomes como “Jazz-Band”, as publicidades de eletrodomésticos, carros e rádios, além de seções sobre o comportamento nas metrópoles “civilizadas”, e o estilo de vida, de conforto, nos Estados Unidos, se fazem presentes entre 1927 e 1932.

Assim, durante o período, nas revistas eleitas, já se faziam perceptíveis elementos característicos do cinema transnacional, do Art Deco como tendência estética e de uma cultura mundializada, a dar sinais de permear as relações que se estabeleciam.

REFERÊNCIAS

- AQUINO, Maurício de. Modernidade republicana e diocesanização do catolicismo no Brasil: as relações entre Estado e Igreja na Primeira República (1889-1930). **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 32, n. 63, 2012. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-01882012000100007&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 20 jun. 2013.
- ARAÚJO, Vicente de Paula. 1896: o cinematógrafo dos Lumière chegava ao Brasil. **Filme e Cultura**, Rio de Janeiro, n. 47, ago., 1986.
- BARTHES, Roland. **Sistema da moda**. São Paulo: Martins Fontes, 1979.
- BEIL, Ralf; DILLMANN, Claudia (Org.). **Gesamtkunstwerk expressionismus: kunst, film, literatur, theater, tanz und architektur 1905 bis 1925**. Frankfurt: Hatje Cantz, 2010.
- BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução. In: **Os Pensadores**. São Paulo: Abril Cultural, 1980.
- BERGFELDER, Tim; CARGNELLI, Christian. *Destination London: german-speaking emigrés and british cinema, 1925-1950*. Oxford: Berghan Books. 2008.
- BERGFELDER, Tim; HARRIS, Sue; STREET, Sarah. **Film architecture and transnational imagination: set design in 1930s european cinema**. Amsterdam: Amsterdam Press University, 2007.
- BETZ, Connie; PATTIS, Julia; ROTHER, Rainer (Ed.). **Ästhetik der Schatten: filmisches licht 1915–1950**. Berlin: Shuren, 2014.
- BOTELHO, Tarcísio R. Censos e construção nacional no Brasil Imperial: tempo social. **Revista de Sociologia da USP**, v. 17, n. 1, p. 321-341, jun. 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ts/v17n1/v17n1a13>>. Acesso em: 12 maio 2013.
- BRASIL. Ministério da Agricultura, Indústria e Comércio. Diretoria Geral de Estatística. **Recenseamento do Brasil**: realizado em 1º de setembro de 1920. Volume V (1ª parte). Indústria. Modo de organização das empresas. Capital empregado e data da fundação. Força motriz e pessoal em serviço. Período de funcionamento das fábricas. Principais despesas e custeios. Produção anual. P. V. Rio de Janeiro: Typ. da Estatística, 1927. Disponível em: <<http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv6478.pdf>>. Acesso em: 10 jun. 2013.
- BRASIL. Ministério da Agricultura, Indústria e Comércio. Diretoria Geral de Estatística. **Recenseamento do Brasil**: realizado em 1º de setembro de 1920. Volume IV (4ª parte). População. População do Brasil por estados, Municípios e Distritos segundo o grau de instrução por idade, sexo e nacionalidade. p. 4. República dos Estados Unidos do Brasil. Rio de Janeiro: Typ. da Estatística, 1929. Disponível em:

<https://archive.org/stream/recenseamento1920pop5/RecenGeraldoBrasil1920_v4_Parte4_Populacao#page/n82/mode/1up>. Acesso em: 10 jun. 2013.

CARVALHO, José Murilo de. **A formação das almas**: o imaginário da República no Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

CARVALHO, José Murilo de. República democracia e federalismo no Brasil, 1870-1891. **Varia História**, Belo Horizonte, v. 27, n. 45, jan./Jun, 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-87752011000100007&script=sci_arttext#2b>. Acesso em: 10 jun. 2013.

CORREA, Rodrigo Stéfani. **Percursos da cultura brasileira no discurso publicitário das revistas semanais**. 2008. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2008. Disponível em: <http://www.sapientia.pucsp.br//tde_busca/arquivo.php?codArquivo=7781>. Acesso em: 15 abr. 2013.

COSTA, Fernando Morais da. **O som no cinema brasileiro**: revisão de uma importância indeferida. 2006. Tese (Doutorado em Comunicação) -. Programa de Pós Graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2006.

COSTA, Francisco Lustosa da. Brasil: 200 anos de Estado; 200 anos de administração pública; 200 anos de reformas. **Revista de Administração Pública – RAP**, Rio de Janeiro, v. 42, n. 5, p. 829-74, set./out. 2008. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rap/v42n5/a03v42n5>>. Acesso em: 10 jun. 2013.

DENIS, Rafael Cardoso. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.

DIAS, Claudete Maria Miranda. Movimentos sociais do século XIX: história e historiografia. In: ANPUH – Simpósio Nacional de História, 22., João Pessoa, 2003. **Anais...** Disponível em: <<http://anpuh.org/anais/wp-content/uploads/mp/pdf/ANPUH.S22.128.pdf>>. Acesso em: 12 jun. 2013.

FARAH, Alexandra. **15 figurinos do cinema brasileiro**. In: IGUATEMI São Paulo. Catálogo Iguatemi Film + Fashion – cinema brasileiro, panorama internacional, 2ª mostra competitiva. São Paulo, 2007.

FARIA, Regina Helena Martins de. **Em nome da ordem**: a constituição de aparatos policiais no universo luso-brasileiro: séculos XVIII e XIX. 2007. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-graduação em História, Universidade Federal de Pernambuco 2007. Disponível em: <http://www.btdt.ufpe.br/btdt/tedeSimplificado/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=3436>. Acesso em: 10 maio 2013.

FERRARESI, Carla Miucci. **Papéis normativos e práticas sociais**: o cinema e a modernidade no processo de elaboração das sociabilidades paulistanas na São Paulo dos anos de 1920. Tese (Doutorado) - Depto de História da FFLCH/USP, São Paulo, 2007.

FERRARO, Alceu Ravello. Analfabetismo e índices de letramento no Brasil: o que dizem os censos. **Educ. Soc.**, Campinas, v. 23, n. 81, p. 21-47, dez. 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/es/v23n81/13930.pdf>>. Acesso em: 10 jun. 2013.

FERRAZ, Paula Ribeiro. O gabinete da conciliação: algumas considerações. O trabalho integra os anais do XIV Encontro Regional da Associação Nacional de História – ANPUH – Memória e Patrimônio, realizado no Rio de Janeiro, 19 a 23 de julho de 2010. Disponível em: <http://www.encontro2010.rj.anpuh.org/resources/anais/8/1276733474_ARQUIVO_ArtigoANPUH-Rio2010PaulaRibeiroFerraz.pdf>. Acesso em: 12 jun. 2013.

FISCHER, Lucy. **Designing women: cinema, Art deco and the female form**. New York: Columbia University Press, 2003.

FORJAZ, Maria Cecília Spina. A organização burocrática do exército na exclusão do tenentismo. **Revista de Administração de Empresas** – RAE, Rio de Janeiro, v. 23, n. 2, abr./jun. 1983. Disponível em: <http://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/10.1590_S0034-75901983000200002.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2013.

FORJAZ, Maria Cecília Spina. Entrevista. 2013. Univesp TV. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=vi7mFdTTkck>>. Acesso em: 10 maio 2013.

GALVÃO, Maria Rita. **Crônica do cinema paulistano**. São Paulo: Ática, 1975.

GARCIA, Eugênio Vargas. **Cronologia das relações internacionais do Brasil**. São Paulo: Alfa-Ômega, 2000.

GARNCAZ, Joseph. The Star System in Weimar Cinema. In: ROGOWSKI, Christian. (Ed.) **The many faces of Weimar film: rediscovering Germany's film legacy**. York: Camden House, 2010. p. 116-133.

GELLACIC, Gisele Bischof. **Bonecas da moda: um estudo sobre o corpo através da moda e da beleza: Revista Feminina – 1915 – 1936**. Dissertação (Mestrado em História Social) – PucSP, São Paulo, 2008

GUIMARÃES, Manoel Luís Salgado. Nação e civilização nos trópicos: o Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro e o Projeto de uma história nacional. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, n. 1 p. 5-27, 1988. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/1935/1074>>. Acesso em: 15 jun. 2013.

HARDT, Ursula. **From Caligari to California: Erich Pommer's life in the international film wars**. Providence, USA: Berghahn Books, 1996.

HEFFNER, Hernani. Pequena história dos periódicos de cinema no Brasil. **Revista Filme e Cultura**. 2012. Disponível em: <<http://archive.today/8GPx>>. Acesso em: 10 maio 2013.

HEMEROTECA DIGITAL BRASILEIRA. Biblioteca Nacional Digital Brasil. Disponível em: <<http://hemerotecadigital.bn.br>>

HERSCHDORFER, Nathalie. Coming into fashion: a century of photography at Condé Nast. London: Foundation for the exhibition of Photography. 2012.

HOBBSAWM, Eric. **Nações e nacionalismos desde 1780**: programa, mito e realidade. Rio de Janeiro: Terra e paz, 1990.

IBGE. Censo demográfico. 2010. Disponível em: <<http://www.censo2010.ibge.gov.br/sinopse/index.php?dados=6&uf=00>>. Acesso em: 12 jun. 2013.

JURT, Joseph. O Brasil: um Estado-nação a ser contruído. O papel dos símbolos nacionais, do Império à República. **Mana**, Rio de Janeiro, v.18, n. 3, dez. 2012. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-93132012000300003>. Acesso em: 15 jun. 2013.

KRACAUER, Siegfried. **De Caligari a Hitler**: uma história psicológica do cinema alemão. Rio de Janeiro: Zahar, c1988.

KÜHNEL, Anita; LAILACH Michael; WEBER, Jutta (Ed.) **Avantgarde!** Die Welt von Gestern, Deutschland und die Moderne 1890-1914: Worte in Freiheit, Rebellion der Avantgarde 1909–1914. Berlin: Verlag Kettler, 2014.

LANDIS, Deborah Nadoolman. **Dressed**: a century of Hollywood costume design. New York: HarperCollins, 2007.

LEESE, Elizabeth. Costume design in the movies: illustrated guide to the of 157 great designers. Ontário: General Publishing Company, 1991.

LINS, Vera. Em revistas, o simbolismo e a virada do século. In: **Revista Senhor**: modernidade e cultura na imprensa brasileira. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social, 2008. (Coleção Cadernos da Comunicação. Série Memória, 22). p. 59-74. Disponível em: <<http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/4204434/4101430/memoria22.pdf>> Acesso em: 15 jun. 2013.

LUCAS, Taís Campelo. **Cinearte**: o cinema brasileiro em revista (1926-1942) Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em História do Instituto de Ciências Humanas e Filosofia, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2005.

MICELI, Paulo. **Intelectuais e classe dirigente no Brasil (1920-1945)**. São Paulo: Difel, 1979.

MORAES, Julio Lucchesi. A trajetória econômica da firma Marc Ferrez & Filhos (1904–1921). In: ENCONTRO REGIONAL DE HISTÓRIA: História e Liberdade, 22. ANPUH/SP – UNESP – Franca. 06 a 10 de setembro de 2010. **Anais ...** Cd-Rom.

MORETTIN, Eduardo Victorio. As exposições universais e o cinema: história e cultura. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 31, n. 61, p. 231-249, 2011.

NAHES, Semiramis. **Revista Fon-Fon**: a imagem da mulher no Estado Novo (1937-1945). São Paulo: Arte & Ciência, 2007.

OLIVEIRA, Maria Teresa Ribeiro. O século XIX, segundo Furtado. **Economia, Selecta**, Brasília (DF), v.10, n.4, p.887–904, dez. 2009. Disponível em: <http://www.anpec.org.br/revista/vol10/vol10n4p887_904.pdf>. Acesso em: 20 nov. 2013.

ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**: cultura brasileira e indústria cultural. São Paulo: Brasiliense, 1988.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994a.

ORTIZ, Renato. **Um outro território: ensaios sobre a mundialização**. São Paulo: Brasiliense, 1994b.

ROGOWSKI, Christian. Introduction: images and imaginaries. In: ROGOWSKI, Christian. (Ed.) **The many faces of Weimar film**: rediscovering Germany's film legacy. New York: Camden House, 2010. p. 1–12.

ROTHA, Paul. **The film till now**: a survey of world cinema. Londres: Spring Books, 1967.

ROUBINE, Jean-Jacques. **A linguagem da encenação teatral**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1982.

SADOUL, Georges. **História do cinema mundial**: das origens aos nossos dias. Lisboa: Livros Horizonte, 1983. v. 1.

SCHEBERA, Jurgen. Explosão artística e contestação. In: DOUGIER, Henry. (Dir.). **Berlim, 1919-1933** : gigantismo, crise social e vanguarda: a extrema encarnação da modernidade. Lisboa: Terramar, 2000. p. 74-93.

SCHWARZ, Lília; BOTELHO, André. Ao vencedor as batatas 30 anos: crítica da cultura e processo social: entrevista com Roberto Schwarz. **Revista Brasileira de Ciências Sociais** – RBSC, v. 23, n. 67, p. 147-194, jun. 2008. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v23n67/11.pdf>>. Acesso em: 12 jul. 2013.

SCHWARZ, Roberto. **Ao vencedor as batatas**: forma literária e processo social nos inícios do romance brasileiro. 5. ed. rev. São Paulo: Duas Cidades, 2000.

SEVCENKO, Nicolau. A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio. In: NOVAIS, Fernando A. (Coord.). **História da vida privada no Brasil**. v. 3 – República: da Belle Époque à era do rádio. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

SILBERMAN, Marc. A indústria cinematográfica alemã: padrões de competitividade e proteção. In: MELEIRO, Alessandra (Org.). **Cinema no mundo: indústria, política e mercado: Europa**. v. 5. São Paulo: Escrituras Editora, 2007. p. 89-116.

SIMIS, Anita. **Estado e cinema no Brasil**. São Paulo: Annablume, 1996.

SODRÉ, Néelson Werneck. **A história da imprensa no Brasil**. São Paulo: Martins Fontes, 1983.

SONTAG, Suzan. **Sob o signo de Saturno**. São Paulo: LP&M, 1986.

SOUZA, Carlos Roberto de. Raízes do cinema brasileiro. **Revista Alceu**, v. 8, n. 15, p. 20-37, Jul./dez. 2007.

SOUZA, José Inácio de Melo. Francisco Serrador e a primeira década do cinema em São Paulo. **Mnemocine**, São Paulo. 2001. Disponível em: <<https://www.google.de/#q=SOUZA%2C+Jos%C3%A9+In%C3%A1cio+de+Melo.+Francisco+Serrador+e+a+primeira+d%C3%A9cada+do+cinema+em+S%C3%A3o+Paulo.+Mnemocine>>. Acesso em: 15 jul. 2013.

THEODORO, Mario (Org.). **As políticas públicas e a desigualdade racial no Brasil: 120 anos após a abolição**. Brasília: IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 2008. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/agencia/images/stories/Livro_desigualdadesraciais.pdf>. Acesso em: 12 nov. 2013.

VELLOSO, Monica Pimenta. Fon-Fon! Em Paris: passaporte para o mundo. In: **Revista Senhor: modernidade e cultura na imprensa brasileira**. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social, 2008. (Coleção Cadernos da Comunicação. Série Memória, 22). p. 11-28. Disponível em: <<http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/4204434/4101430/memoria22.pdf>>. Acesso em: 15 jul. 2013.

WAHL, Chris. Babel's business: on ufa's multiple language film versions, (1929 – 1933) In: ROGOWSKI, Christian. (Ed.) **The many faces of Weimar film: rediscovering Germany's film legacy**. New York: Camden House, 2010. p. 235-248.

WESTERDALE, Joel. The musical promise of abstract film. In: ROGOWSKI, Christian. (Ed.) **The many faces of Weimar film: rediscovering Germany's film legacy**. New York: Camden House, 2010. p. 153-166.

WILDE, Oscar. **O retrato de Dorian Gray**. Porto Alegre: LPM, 2009.

WISSENBACH, Maria Cristina Cortez. Da escravidão à liberdade: dimensões de uma privacidade possível. In: NOVAIS, Fernando A. (Coord.). **História da vida privada no Brasil**. v. 3 – República: da Belle Époque à era do rádio. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. p. 49-130.

REVISTAS CONSULTADAS

- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, 3 mar. 1926. p. 3.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 1, n. 44, 29 dez. 1926.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 2, n. 45, 5 jan. 1927. p. 3.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 2, n. 49, 2 fev. 1927. p. 22.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 2, n. 53, 2 mar. 1927. p. 21.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 2, n. 58, 6 abr. 1927. p. 3.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 2, n. 62, 4 maio 1927. p. 3
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 2, n. 63, 11 maio 1927. p. 7.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 2, n. 66, 1º jun. 1927. p.3.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 2, n. 70, 29 jun. 1927. p. 26.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 2, n. 71, 6 jul. 1927. p. 25.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 2, n. 75, 3 ago. 1927. p.17.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 2, n. 84, 5 out. 1927. p. 5.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 2, n. 93, 7 dez. 1927. p. 3.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 3, n. 97, 4 jan. 1928. p. 5.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 3, n. 101, 1º fev. 1928. p. 28.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 3, n. 103, 15 fev. 1928. capa.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 3, n. 134, 19 set. 1928. p 17.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 3, n. 136, 3. out. 1928. p.3.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 4, n. 149, 2 jan. 1929. p. 3.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 4, n. 154, 6 fev. 1929. p.29.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 4, n. 158, 6 mar. 1929. p.3.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 4, n 162, 3 abr. 1929. p. 5.

- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 4, n. 171, 5 jun. 1929. p. 11.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 4, n. 175, 3 jul. 1929. p. 8.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 4, n. 180, 7 ago. 1929. p. 5.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 4, n. 188, 2 out. 1929. p.31.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 4, n. 193, 6 nov. 1929. p. 25
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 5, n. 201, 1º jan. 1930. p. 3.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 5, n. 219, 7 maio 1930. p.25.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 5, n. 223, 4 jun. 1930. p. 28.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 5, n. 227, 2 jul. 1930. p. 4.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 5, n. 232, 6 ago. 1930. p.8.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 5, n. 236, 3 set. 1930. p. 28
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 5, n. 240, 1º out. 1930. p. 6.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 5, n. 248, 1º dez. 1930. p. 3.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 6, n. 258, 4 fev. 1931. p. 4.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 6, n. 271, 6 maio 1931. p.8.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 6, n. 275, 3 jun. 1931.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 6, n. 288, 2 set. 1931. p. 8.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 6, n. 293, 7 out. 1931. p. 17.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 6, n. 301, 2 dez. 1931. p. 3.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 7, n. 306, 6 jan. 1932. p. 3.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 7, n. 319, 6 abr. 1932. p. 6.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 7, n. 323, 4 maio 1932. Capa
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 7, n. 327, 1º jun. 1932. p. 3.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 7, n. 345, 5 out. 1932. p. 28.
- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 7, n. 349, 2 nov. 1932. p. 8.

- Cinearte, Rio de Janeiro, v. 8, n. 368, 1º maio 1933. p. 41
- Fon Fon, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, 13 abr.1907. Capa
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, 13 abr. 1907. p. 3.
- Fon Fon, Rio de Janeiro, v. 21, n. 1, 1º jan. 1927. Capa
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 21, n. 1, 5 fev. 1927. p. 3.
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 21, n. 6, 6 fev. 1927. p. 36
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 21, n. 1, 7 jan. 1927. p. 30.
- Fon Fon, Rio de Janeiro, v. 21, n. 1, 5 fev. 1927. p. 36.
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 21, n. 49, 2 fev. 1927. p. 38.
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 21, n. 6, 5 fev. 1927. p. 40.
- Fon Fon, Rio de Janeiro, v. 21 n. 9, 26 fev. 1927. p. 52.
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 21, n. 14, 2 abr. 1927. p. 51.
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 21, n. 15, 9 abr. 1927. p. 16.
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 21, n. 1, 13 abr. 1927. p. 3.
- Fon Fon, Rio de Janeiro, v. 21, n. 25, 18 jun. 1927. p. 47.
- Fon Fon, Rio de Janeiro, v. 21, n. 27, 2 jul. 1927. p. 31.
- Fon Fon, Rio de Janeiro, v. 21, jul. 1927, Capa
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 21, n. 36, 3 set. 1927. p. 32.
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 21, n. 40, 1º out. 1927. p. 42.
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 22, n. 16, 12 abr. 1928. Conferir
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 22, n. 21, 26 maio 1928. p. 31.
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 22, n. 22, 2 jun. 1928. p. 46
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 22, n. 26, 30 jun.1928. Capa.
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 22, n. 31, 4 ago. 1928. p.34.
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 22, n 35, 1º. set. 1928, p. 5.

- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 22, n. 43, 27 out. 1928. p. 33.
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 22, n. 47, 24 nov. 1928. p. 47.
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 22, n. 51, 22 dez. 1928. p. 49
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 23, n. 10, 1929. p. 34.
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 23, n. 5, 2 fev. 1929. p. 48.
- Fon Fon, Rio de Janeiro, v. 23, n. 9, 2 mar. 1929. p. 36.
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 23, n. 10, 9 mar. 1929. p.34.
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 23, n. 18, 4 maio 1929. p. 40.
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 23, n.23, 7 jun. 1929. p. 68.
- Fon Fon, Rio de Janeiro, v. 23, n. 31, 3 jul.1929. p.70.
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 23, n. 27, 6 jul. 1929. p.70.
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 23, n. 31, 3 ago. 1929. p. 68.
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 23, n. 36, 7 set. 1929. p. 68.
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 23, n. 44, 2 nov. 1929. p. 49.
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 24, n. 1, 4 jan. 1930. p. 53
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 24, n. 5, 1º fev. 1930. p. 3.
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 24, n. 14, 5 abr. 1930. p. 68.
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 24, n. 18, 3 maio 1930. p. 68.
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 24, n. 27, 5 jul. 1930. p. 6.
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 24, n. 34, 23 ago. 1930. p. 55.
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 24, n. 36, 6 set. 1930. p. 70.
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 24, n. 39, 27 set. 1930. p. 33.
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 24, n. 44, 1º nov. 1930. p. 26.
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 24, n. 49, 6 dez. 1930. p. 48.
- Fon-Fon, Rio de Janeiro, v. 26, 6 jun.1932. p. 24.

Fon-Fon, Rio de Janeiro, n. 27, 2 jul. 1932. p. 44.

ANEXOS

Anexo 1 - Tabela de filmes citados por ordem alfabética¹⁸⁹

Filme	Ano/Direção	Origem	Produtora
Acabaram-se os Otários	1929 – Luiz de Barros	Brasil	Cyncrocine
Aitaré da Praia	1925 – Gentil Roiz, Ary Severo	Brasil	Aurora Filmes/Liberdade Filmes
Alraune (Alraune)	1927 - Henrik Galeen	Alemanha	Ufa
Alvorada do Amor (The Love Parade)	1929 - Ernst Lubitsch	EUA	Paramount
Anjo Azul, Der (Der Blaue Engel)	1930 - Josef von Sternberg	Alemanha	Ufa
Ato de humanidade, Um	1925	Brasil	Aurora Filmes
Barro Humano	1929 – Adhemar Gonzaga	Brasil	Benedetti Filmes/Cinearte Filmes
Ballet Mécanique	1924 - Fernand Léger e Dudley Murphy	Áustria	
Beijo, O (The Kiss)	1929 – Jacques Feyder	EUA	MGM
Berlim – a Sinfonia da Metrôpole” (Berlin: Die Sinfonie der Grossstadt)	1927 - Walter Ruttmann	Alemanha	Deutsche Vereins-Film/Les Productions Fox Europa
Brodway Melody	1929 - Harry Beaumont	EUA	Metro
Cabíria (Cabíria)	1914 – Giovanni Pastrone	Itália	Itala Film
Cantor de Jazz. O (The Jazz Singer)	1927 – Alan Crosland	EUA	Warner Bros.
Chang	1927 - Merion Cooper e Ernest Schoedsack	EUA	Paramount
Don Juan	1926 – Alan Crosland	EUA	Warner Bros.
Entreato (Entr’acte)	1924 - René Clair e Francis Picabia	França	

¹⁸⁹ A tabela é composta pelos filmes citados ao longo da tese. Os quadros em branco ocorrem na ausência de informações a respeito do filme, levando-se em consideração que tratam-se de citações feitas em revistas no período de 1927 a 1932.

Escrava Isaura	1929 – Antonio Marques Costa Filho	Brasil	Visual
Fausto (Faust)	1926 – F.W. Murnau	Alemanha	Ufa
Filha do Advogado, A	1926 – J. Soares	Brasil	Aurora Filmes
Flor do Asfalto (Asphalt)	1929 – Joe May	Alemanha	Ufa
Gabinete do Dr. Caligari. O (Das Kabinett des Dr. Caligari)	1920 - Robert Wiene	Alemanha	Decla-Bioscop AG/Ufa
Ganga Bruta	1933 - Humberto Mauro	Brasil	Cinédia
Genuine	1920 - Robert Wiene	Alemanha	Decla-Bioscop AG
Grande Desfile, O (The big Parade)	1925 – King Vidor e George W. Hill	EUA	MGM
Grande Roubo do Trem, O (Great Train Robbery)	1903 - Edwin S. Porter	EUA	Edison Manufacturing Company
Homem com uma câmera, Um (Chelovek s kino-apparatom)	1929 – Dziga Vertov	Rússia	
Homem Perfeito, O (Moana)	1926 - Robert J. Flaherty	EUA	
Inspiração (Inspiration)	1931 - Clarence Brown	EUA	MGM
Jurando Vingar	1925 – Ary Severo	Brasil	Aurora Filmes
Lábios sem Beijos	1930, Humberto Mauro	Brasil	Cinédia
Laranjais em Flor" (Torrent)	1926 - Monta Bell	EUA	MGM
Limite	1930 - Mario Peixoto	Brasil	Mario Peixoto/Cinédia
Líro Partido (Broken Blossoms or The Yellow Man and the Girl)	1919 - D.W. Griffith	EUA	D.W. Griffith Productions
Love me and the world is mine	1927 - E.A. Dupont	EUA	Universal
Madame Dubarry (Madame Dubarry)	1919 - Ernst Lubitsch	Alemanha	Projektions-AG Union (PAGU)/ Ufa

Mädchen mit den Schwefelhölzern, Das ¹⁹⁰ (The girl with Matches)	1925 – Guido Bagier	Alemanha	Ufa
Mato Grosso Expedition	1931 - David Newell	EUA	Penn Museum
Melodia do Coração (Melodie des Herzens)	1929 - Hanns Schwarz	Alemanha	Ufa
Metrópolis (Metropolis)	1927 - Fritz Lang	Alemanha	Ufa
Moda para Senhoras (Fashions for Women)	1927 - Dorothy Arzner	EUA	Paramount
Movietone Follies	1929 - David Butler	EUA	Fox
Mulher	1931 - Otávio Mendes	Brasil	Cinédia
<i>Mustang</i> ¹⁹¹		EUA	Universal
Nanook do Norte (Nanook of the north)	1922 - Robert J. Flaherty	EUA	
Nascimento de uma Nação (The Birth of a Nation)	1915 - David W. Griffith	EUA	David W. Griffith Corp.
Nibelungos, Os (<i>Die Nibelungen</i>)	1924 - Fritz Lang	Alemanha	Decla-Bioscop AG/Ufa
Norte do Alaska (North of Alaska)			Sanford Produções
Nosferatu (Nosferatu, eine Symphonie des Grauens)	1922 – F.W.Murnau	Alemanha	Jofa-Atelier Berlin-Johannisthal/Prana-Film GmbH
Old Heidelberg – O Príncipe Estudante (The student prince in old Heidelberg)	1927 – Ernst Lubitsch	EUA	MGM
Onde a terra acaba	1933 – Otávio Mendes	Brasil	Carmen Santos/Cinédia
Opus 1, 2	1921 – Walter Ruttmann	Alemanha	
Opus 3	1924 – Walter Ruttmann	Alemanha	
Paris Adormecida (Paris qui dort)	1924 - René Clair	França	

¹⁹⁰ Filme sem tradução para o português. A tradução literal seria “A garota com fósforos”.

¹⁹¹ Filme referido por J. Soares em entrevista à Cinearte.

Porque Paris Fascina (La Folie du Jour)	1929 – Joe Francis	França	Les Films Alex Nalpas
Quo Vadis	1912 – Enrico Guazzoni	Itália	
Retribuição	1924 – Gentil Roiz	Brasil	Aurora Filmes
Rien que le Heures	1926 – Alberto Cavalcanti	França	
Sangue de Irmão		Brasil	Goyanna-Film
São Paulo, a Sinfonia da Metrópole	1929 - Rodolpho Lustig e Adalberto Kemeny	Brasil	Rex Filmes
Sertões do Brasil Brasil, Nos			
Sinfonia Diagonal (Symphonie Diagonale)	1924 - Viking Eggeling	Alemanha	
Sunrise (Sunrise)	1927 - F.W Murnau	EUA	Fox
Última Gargalhada, A (Der Letzte Mann) ¹⁹²	1924 – F.W. Murnau	Alemanha	Ufa
Varieté (Variété)	1925 - E. A. Dupont	Alemanha	Ufa
Veneno Branco	1929 – Luis Seel	Brasil	Sociedade Brasileira de Filmes
Viagem à Lua (La Voyage dans la Lune)	1902 – Georges Méliès	França	
Way of all Flash, The (Tortura da carne)	1927 – Victor Fleming	EUA	Paramount
Wild Orchids, (Orquídeas Selvagens)	1929 - Sidney Franklin	EUA	MGM

¹⁹² A tradução mais fiel seria – “O Último Homem”.