

Universidade Federal Fluminense

Taís Campelo Lucas

Cinearte: o cinema brasileiro em revista (1926-1942)

Niterói

2005

Taís Campelo Lucas

Cinearte: o Cinema Brasileiro em Revista (1926-1942)

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em História do Instituto de Ciências Humanas e Filosofia da Universidade Federal Fluminense como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em História.

Orientador: Prof^a Dr^a Angela Maria de Castro Gomes

Niterói

2005

Cinearte: o Cinema Brasileiro em Revista (1926-1942)

Taís Campelo Lucas

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em História do Instituto de Ciências Humanas e Filosofia da Universidade Federal Fluminense como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em História.

Banca Examinadora:

Profª Drª Angela Maria de Castro Gomes – Orientadora
Universidade Federal Fluminense

Profª Drª Ana Maria Mauad
Universidade Federal Fluminense

Profª Drª Mônica Almeida Kornis
Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil –
Fundação Getúlio Vargas

Prof. Dr. Paulo Knauss de Mendonça (suplente)
Universidade Federal Fluminense

Prof. Dr. Américo Oscar Guichard Freire (suplente)
Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil –
Fundação Getúlio Vargas

Niterói, 04 de março de 2005.

Agradecimentos

Se essa dissertação fosse escrita como um roteiro de cinema, seria dada a ênfase aos dois pontos de virada fundamentais ao desenrolar da ação dramática, digo, do trabalho. O primeiro deles foi a escolha da revista Cinearte como objeto da pesquisa, sugerida pela professora Angela de Castro Gomes, que orientou essa dissertação. Agradeço os conselhos, os ensinamentos, as leituras dedicadas, as cobranças e o privilégio do convívio durante os dois anos do curso de pós-graduação. O segundo ponto de virada deve-se aos comentários enriquecedores da banca de qualificação, professoras Ana Mauad e Mônica Kornis, que contribuíram imensamente nas reflexões que levaram o formato final do texto do trabalho. Agradeço também aos comentários preciosos dos professores Magali Engel e José Murilo de Carvalho (UFRJ), que leram atentamente os primeiros artigos que apresentei sobre o cinema brasileiro em sala de aula, à professora Maria Fernanda Bicalho, pelo empréstimo de material para a minha pesquisa, e à professora Hilda Machado, da Faculdade de Cinema da UFF, pelo esclarecimento de dúvidas bastante específicas sobre a história do cinema no Brasil.

Todo o esforço que resultou nesse trabalho só foi possível devido ao apoio incondicional de duas pessoas especiais: Sandra Campelo e Telmo Coiro, pais exemplares, a quem dedico essa dissertação.

Agradeço também a todos os familiares e amigos que estiveram presentes nessa trajetória. Em casa, Iara, Tania, Gessi, Mike, Francisco, Jadir, Iria, Guilherme, Matheus, KEL, Maria Helena, Lucas, Marina, Denise e Mateus; na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, aos amigos Leonardo Napp, Rodrigo Oliveira e Denise Sant'anna, aos professores Cesar Guazelli, René Gertz, Luis Dario Ribeiro e Enrique Serra Padrós, ao "traficante do saber" Mauro Mala; no estado do Rio de Janeiro, aos companheiros de CTG Tiago Gil, Tiago Bernardon e Denise Menchen, e

aos amigos nativos, Aline Coelho, Felipe Tavares, Leonardo Gomes, Lila C. e, em especial, Carolina Vianna, colega e grande amiga de livros, pesquisas, anotações e Mário Behring; aos colegas de ASSESPE, Nilo André Piana de Castro e Stefan Chamorro Bonow, com quem iniciei os estudos em Cinema e História, e à Fátima Ávila, que ainda nos incentivava; à Mauro Britto, pelo controle azul dos trabalhos; aos amigos de todo sempre e lugar, Daniela Fetzner, Martha Hameister, Fernanda Araújo, Beatriz Terra Lopes, Carolina Von Scharten, Fabiano Schüller, Filipe Menchen, André Pase, Patrick Brock, Fabiano Pessôa e todos os que entendem que eu não sei me expressar por escrito, nem tenho uma memória muito confiável.

Fundamentais para o trabalho de todo historiador, agradeço aqui ao auxílio dos funcionários das instituições onde foram realizadas as pesquisas para essa dissertação, em especial, a Vitor Fonseca, colega de UFF que me revelou a documentação – até então inédita – da Comissão de Censura Cinematográfica do Museu Nacional. Agradeço também aos funcionários da secretaria do Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal Fluminense e ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), pela bolsa que permitiu a realização desse trabalho.

Resumo

O presente trabalho analisa a revista *Cinearte* (1926-1942), cuja existência cobre um momento original e estratégico do debate sobre o cinema no Brasil. *Cinearte* apresenta-se como um *locus* privilegiado de discussões e projeções sobre o desenvolvimento da indústria cinematográfica nacional. Utilizada como fonte em inúmeros trabalhos sobre a história do cinema brasileiro, aqui ela é o próprio objeto de estudo. A dissertação privilegia, ao traçar sua cartografia, a compreensão do contexto urbano da cidade do Rio de Janeiro, no qual nascem as preocupações e aspirações dos intelectuais envolvidos com o cinema nacional, o tema de destaque nas páginas de *Cinearte*.

Abstract

The present work analyses *Cinearte* magazine (1926-1942), whose existence covers an original and strategic moment of the debate about cinema in Brazil. *Cinearte* presents itself as a privileged *locus* of discussions and projections about the development of the Brazil's movie industry. The magazine, used as a source in various articles about the history of Brazilian cinema, here is seen as the object of study itself. This work emphasizes, when tracing its origins, the comprehension of the urban context of the city of Rio de Janeiro, in which it was born, the concerns and aspirations of the intellectuals involved with national cinema, the dominant theme in it's pages.

Lista de ilustrações

| | |
|---|----|
| I. Capa da revista <i>Cinearte</i> , 04 de novembro de 1931 | 91 |
| II. Seção “Filmagem Brasileira”, revista <i>Cinearte</i> , 09 de fevereiro de 1927 .. | 92 |
| III. Seção “Cinema Brasileiro”, revista <i>Cinearte</i> , 19 de junho de 1935..... | 93 |
| IV. Editorial, revista <i>Cinearte</i> , 19 de junho de 1929 | 94 |
| V. Anúncios da publicação <i>Anuário das Senhoras</i> , dentifrício Odol e a Paramount Pictures..... | 95 |

Lista de tabelas e gráficos

| | |
|--|-----|
| 1. Dados acerca das salas de exibição cinematográfica em funcionamento na cidade do Rio de Janeiro (1904-1919) | 45 |
| 2. Salas de cinema em funcionamento em 1926, de acordo com a localização | 51 |
| 3, Capacidade das salas de cinema em funcionamento em 1926 | 51 |
| 4. Abertura de salas de cinema, de acordo com a localização (1927-1942) | 52 |
| 5. Salas de cinema em funcionamento na cidade do Rio de Janeiro (1926-1942) .. | 53 |
| 6. Salas de cinema nos anos de 1926 e 1942, segundo a localização | 54 |
| 7. Quantidade de anúncios publicados no mês de março na revista Cinearte – média entre edições (1926-1942) | 82 |
| 8. Quantidade de anúncios publicados no mês de março na revista Cinearte, segundo o tamanho (1926-1942) | 83 |
| 9. Segmentos de mercado dos anúncios publicados no mês de março na revista Cinearte (1926-1942) – representação percentual | 85 |
| 10. Temas recorrentes à seção dedicada ao cinema brasileiro em sua primeira fase (1926-1932) – representação percentual | 141 |

| | |
|---|-----|
| 11. Freqüência do tema “Filmes e Astros” na primeira fase de <i>Cinearte</i> (1926-1942) – representação percentual | 144 |
| 12. Freqüência do tema “Indústria Cinematográfica” na primeira fase de <i>Cinearte</i> (1926-1932) – representação percentual..... | 145 |
| 13. Freqüência do tema “Notícias do Cinema Brasileiro” na primeira fase de <i>Cinearte</i> (1926-1932) – representação percentual | 146 |
| 14. Temas recorrentes à seção Cinema Brasileiro em sua segunda fase (1933-1939) – representação percentual | 147 |
| 15. Quadro percentual comparativo da freqüência de publicação de fotografias e da não-circulação da seção Cinema Brasileiro na segunda fase de <i>Cinearte</i> (1933-1939)..... | 149 |

Sumário

| | |
|---|----|
| Introdução | 13 |
| 1. Cenas de Cinema: o Rio de Janeiro do fim do século XIX à Segunda Grande Guerra..... | 24 |
| 1.1 República em Imagens: O Cinematographo Encontra o “Povo” Brasileiro..... | 24 |
| 1.2. A Avenida Central e a Cinelândia | 36 |
| 1.3. Os Cinemas do Rio e Seus Públicos..... | 43 |
| 2. Nasce Cinearte, vida longa à Cinearte..... | 56 |
| 2.1 Imprensa e cinema: as revistas ilustradas e a sétima arte..... | 56 |
| 2.2 Três fases de <i>Cinearte</i> | 67 |
| 2.3. Os Reclames..... | 78 |

| | |
|--|-----|
| 3. Intermezzo: notas sobre atores e temas de <i>Cinearte</i> | 99 |
| 3.1 O cinema nos anos 1930: a presença da Igreja e a questão da educação..... | 107 |
| 3.2 O cinema nos anos 1930: a intervenção do Estado varguista | 114 |
| 3.3. O Instituto Nacional de Cinema Educativo e a campanha <i>Cinearte</i> pelo cinema brasileiro..... | 123 |
| | |
| 4. E por falar em cinema nacional..... | 133 |
| 4.1. O cinema nacional em sua coluna | 136 |
| 4.2. Estrelas, filmagens e homens que fazem a cena: as notícias do cinema brasileiro..... | 152 |
| | |
| Considerações Finais | 159 |
| Obras Consultadas | 163 |
| | |
| Apêndice I. Ficha de coleta de dados sobre cinema brasileiro: revista <i>Cinearte</i> | 175 |
| Apêndice II. Ficha de coleta de dados dos anúncios publicitários: revista <i>Cinearte</i> | 176 |

Introdução

A câmara escura,
a imprensa de Gutenberg,
expansão do jornalismo impresso,
a fotografia,
o surgimento de grandes editoras,
o telégrafo móvel,
a organização de agências de notícias,
o telefone,
as histórias em quadrinhos,
os irmãos Lumière e o cinema,
o crescimento da radiodifusão,
a indústria fonográfica,
as emissoras de televisão, a Internet ...

O desenvolvimento tecnológico ao final do século XIX possibilitou a ampliação da produção, reprodução e circulação da informação nas sociedades modernas. Desde então, nem mesmo a incapacidade de compreender um idioma estrangeiro

ou o analfabetismo foram barreiras para o ser humano se comunicar com um público amplo e não fisicamente presente. As histórias em quadrinhos explicavam aos imigrantes recém-chegados aos Estados Unidos um pouco da vida e da história do país em meados de 1870. As telas de cinema apresentavam imagens de um mundo outrora distante, que então podia ser visto e conhecido apenas com a compra de um bilhete. Eram estes os anos iniciais daquilo que se convencionou chamar de comunicação de massa.

A história das teorias da comunicação de massa se confunde com a dos próprios meios: de início, ensaios que versam sobre a gestão das multidões ao final do século XIX; a cidade vista como laboratório humano pela Escola de Chicago e, em seguida, Harold Lasswell e a propaganda tida como onipotente. Porém, o estudo dos *media* é um campo de saber relativamente novo. Apesar da crescente importância, sua natureza e implicações não receberam a atenção devida. Francisco Rüdiger comenta que “o problema não é difícil de entender quando se lembra a novidade histórica do fenômeno em discussão: *comunicação* só se tornou um conceito do conjunto de mensagens que circulam por intermédio da televisão, cartaz, rádio, imprensa, computador e outros meios técnicos por volta de 1940 (Estados Unidos)”.¹ Datam desse período as primeiras pesquisas que, para além do enfoque meramente científico ou tecnológico, preocuparam-se em compreender o significado histórico e cultural das transformações – a propósito, ainda em curso.²

O trabalho aqui apresentado analisa o debate acerca do desenvolvimento do cinema nacional através da revista *Cinearte*, publicada na cidade do Rio de Janeiro entre 1926 e 1942. Ao tentar resumi-lo em palavras-chaves, fica evidente a diversidade de temáticas para as quais aponta: trata de cinema, de lazer, do cotidiano, dos periódicos, do jornalismo. Porém, a unidade entre os assuntos foi fundada a partir do questionamento sobre o papel do que Pedrinho Guareschi chama de *construtor da informação*, ou seja, no caso em questão, dos agentes culturais responsáveis pelo conteúdo e pelo posicionamento da revista.³ Nos

¹ RÜDIGER, Francisco. *Ciência social crítica e pesquisa em comunicação: trajetória histórica e elementos da epistemologia*. São Leopoldo/RS: Editora da UNISINOS, 2002. p. 49.

² Para um panorama recente sobre os estudos sobre os meios de comunicação nas ciências sociais, consultar: JEANNENEY, Jean-Noël. “A Mídia”. Em: RÉMOND, René (org). *Por uma história política*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ/Fundação Getúlio Vargas, 1996.

³ GUARESCHI, Pedrinho A. “Quadro referencial de análise”. Em: GUARESCHI, Pedrinho A. (org). *Os construtores da informação: meios de comunicação, ideologia e ética*. Petrópolis/RJ: Vozes, 2000.

primórdios da cinematografia no país, inicia-se um processo no qual a mídia passa a ter influência central no cotidiano e na formação da subjetividade individual.

Locus privilegiado do debate sobre como o desenvolvimento da indústria cinematográfica brasileira deveria se dar, *Cinearte* é o objeto desta pesquisa, que procurou traçar um panorama das propostas apresentadas por homens e mulheres diretamente ligados ao setor cinematográfico (cineastas, educadores, exibidores, importadores, etc), procurando não perder de vista a dimensão da comunicação na vida social. Neste propósito, o principal objetivo concentra-se em compreender as leituras sobre o cinema brasileiro naquele momento, ou seja, o que os atores presentes a esse debate pensavam sobre sua identidade, sua função, suas perspectivas.

Optar por um recorte de pesquisa implica abandonar inúmeras possibilidades. Apesar de suas edições serem fontes privilegiadas sobre a organização e a produção do cinema mundial entre os anos 1920 e 1940, o cinema brasileiro foi eleito o foco para este estudo. As seções dedicadas ao cinema brasileiro são permanentes, assim como freqüentes os textos sobre a problemática da indústria cinematográfica nacional em seus editoriais. Acompanhar os dezesseis anos da revista, lendo cada um de seus números, tornou possível conhecer também o cotidiano do cinema na cidade do Rio de Janeiro, outra variável contemplada pela pesquisa.

Cinearte é um periódico voltado ao público freqüentador das salas de cinema de todo o país, trazendo reportagens sobre filmes em exibição, fotos de atores e atrizes, informações sobre as técnicas cinematográficas e a organização da indústria ao redor do mundo. Seu primeiro número circulou em 03 de março de 1926. Além dos quinhentos e sessenta e um fascículos publicados, também circularam seis álbuns e quatro edições especiais.

Já no início da revista, ocupam duas páginas os espaços dedicados exclusivamente a comentários sobre estrelas do cinema nacional, aos filmes que estão sendo produzidos, às entrevistas com diretores e técnicos, artigos sobre a política estatal para o cinema. Ou seja, o debate acerca da implantação da indústria cinematográfica no Brasil pode ser acompanhado através das páginas de *Cinearte* do primeiro até seu último exemplar. Não é surpreendente, portanto, que essa revista seja citada nos estudos sobre cinema. Aliás, a literatura que contempla o

cinema brasileiro trata com especial atenção o período compreendido entre as décadas de vinte e quarenta. São trabalhos realizados, em sua maioria, por pesquisadores da área de Comunicação Social, a partir dos anos sessenta. Nesse contexto, que é também o da criação dos primeiros cursos universitários de Cinema e do reconhecimento internacional da produção cinematográfica brasileira através do Cinema Novo, o debate pautava-se pelo papel social e político dessa expressão artística, pela compreensão das dificuldades de sua viabilização no país e pela busca de um passado que permitisse criar uma identidade comum e retornar às raízes do autêntico cinema nacional.

A procura levou esses estudiosos às primeiras iniciativas individuais realizadas na década de 1910, aos ciclos regionais em Recife, Porto Alegre, Pelotas, Cataguases, Campinas, Belo Horizonte, Pouso Alegre nos anos 20 e à Humberto Mauro (1897-1983), eleito pai-fundador do cinema nacional. O livro *Humberto Mauro, Cataguases, Cinearte*, de Paulo Emílio Salles Gomes, é uma referência importante a nesses estudos. Nele, o autor desenha a trajetória do cineasta e acompanha o desenrolar de suas produções até 1930.⁴ Preterindo a filmografia do diretor no Instituto Nacional de Cinema Educativo (INCE),⁵ Paulo Emílio seleciona os filmes de Mauro que traduziriam a “essência” brasileira que estava sendo buscada – para o autor, uma produção distante de uma instituição estatal marcada por um projeto cultural de cunho autoritário. Essa mesma postura é encontrada em outros trabalhos importantes que mapeiam a história do cinema no Brasil e que influenciaram inúmeras leituras sobre a participação do Estado no desenvolvimento da indústria cinematográfica.

Após a publicação no Brasil do trabalho pioneiro do francês Marc Ferro, pensando o cinema enquanto um testemunho de uma época e objeto de estudo histórico,⁶ a divulgação de trabalhos sobre a relação entre cinema e história cresceu no início dos anos 1990. A revista *O Olho da História*, publicada pela Universidade Federal da Bahia, apresentando artigos de José M. Caparrós-Lera, Robert

⁴ GOMES, Paulo Emílio Salles. *Humberto Mauro, Cataguases, Cinearte*. São Paulo: Perspectiva; Editora da Universidade de São Paulo, 1974. Referência obrigatória para pensar a História do Cinema no Brasil, Paulo Emílio foi crítico da revista *Clima* durante os anos trinta e exilou-se durante o primeiro governo Vargas.

⁵ Órgão do Ministério da Educação e Saúde Pública, dirigido por Edgar Roquette Pinto, criado para promover o cinema enquanto meio auxiliar de ensino e de educação popular a partir de março de 1936.

⁶ FERRO, Marc. *Cinema e história*. São Paulo: Paz e Terra, 1992.

Rosenstone, entre outros, é um bom exemplo. Os primeiros trabalhos discutindo Cinema-História que enfocam a relação entre Cinema e História são apresentados nos programas de pós-graduação do país já no início dos anos 90. Na maioria deles, destaca-se o interesse em estudar o cinema brasileiro: *O canibalismo dos fracos: um estudo sobre Os Inconfidentes*, de Alcides Freire Ramos, analisa a produção do filme de Joaquim Pedro de Andrade sobre a Inconfidência Mineira durante a Ditadura Militar;⁷ *História e cinema: uma imagem do Brasil nos anos 30*, de Sônia Cristina da Fonseca Machado Lino, busca compreender a formação de uma imagem da nação através dos filmes das grandes companhias cinematográficas do país;⁸ *Cinema e História: uma análise do filme Os Bandeirantes*, de Eduardo Victorio Morettin⁹ e *O cinema como “agitador de almas”: Argila, uma cena do Estado Novo*, de Cláudio Aguiar Almeida,¹⁰ propõem-se a analisar dois longa-metragens realizados durante o Estado Novo, ambos dirigidos por Humberto Mauro e produzidos pelo INCE.

Como se pode verificar, a maior parte desses trabalhos versa sobre os anos 1930 e 1940. A importância cultural e política da filmografia desse período é recuperada por textos preocupados em captar aspectos da produção cinematográfica do primeiro governo Vargas, e em especial, das películas realizadas por órgãos estatais, como o INCE. Cumpre aqui ressaltar a importância crucial de *Cinearte* para tais pesquisas, principalmente às que discutem a formação de uma proposta sobre cinema no período. Dessa forma, nelas é possível acompanhar como então se percebia o crescimento de um meio de comunicação de massas e os esforços realizados para acompanhar o ritmo veloz dessa forma de expressão artística, que poderia ter efeitos benéficos e maléficos para o conjunto da população. Educadores, cineastas e representantes do governo congregam seus esforços para a constituição de um cinema nacional, preocupados tanto com a educação das

⁷ RAMOS, Alcides Freire. *O canibalismo dos fracos: um estudo sobre Os Inconfidentes*. São Paulo: Tese de doutorado, Universidade de São Paulo, 1996. Foi publicado em 2002 com o título “Canibalismo dos fracos: cinema e História do Brasil” pela EDUSC.

⁸ LINO, Sônia Cristina da Fonseca Machado. *História e cinema: uma imagem do Brasil nos anos 30*. Niterói: Tese de doutorado, Universidade Federal Fluminense, 1995.

⁹ MORETTIN, Eduardo Victorio. *Cinema e história: uma análise do filme “Os Bandeirantes”*. São Paulo: Dissertação de mestrado, Universidade de São Paulo, 1994.

¹⁰ ALMEIDA, Cláudio Aguiar. *O cinema como “agitador de almas”: Argila, uma cena do Estado Novo*. São Paulo: Dissertação de mestrado, Universidade de São Paulo, 1993. Foi publicado em 1999 pela editora Annablume.

massas, quanto com a propaganda do ideário estatal. O próprio papel do Estado no desenvolvimento do cinema passa a ser muito discutido.

O Estado é reconhecido como um ator central para o desenvolvimento do cinema brasileiro. Censurando, financiando, regulando, promovendo, ele teve uma atuação importante na área, sobretudo através da formulação de uma legislação específica. Contando com órgãos que produziam películas em seu aparato administrativo, tais como o Instituto Nacional de Cinema Educativo (INCE) e o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), o cinema foi claramente inserido no projeto cultural do primeiro governo Vargas. O livro *Estado e cinema no Brasil*, de Anita Simis, analisa a ação estatal no surgimento da indústria cinematográfica, enfatizando a relação de mecenato estabelecida com os produtores, e a estratégia de uma política cultural voltada para a propaganda nacionalista, que contribuiu para que o cinema nacional não tenha se organizado autonomamente.¹¹ A autora destaca *Cinearte* como um espaço no qual se cria um *lobby* para a articulação de demandas dos agentes culturais e de veiculação dos motivos que ampararam as propostas apresentadas. Porém, mais preocupada com a questão da formulação de uma legislação cinematográfica, Simis não chega a aprofundar a análise sobre a revista, que é exatamente o principal objetivo da pesquisa aqui apresentada.

Em *Sétima Arte: um culto ao moderno*, Ismail Xavier dedica um capítulo ao estudo de *Cinearte*.¹² Segundo o autor, a política aparece na revista na medida que os europeus passam a se preocupar em proteger seus mercados cinematográficos frente à expansão norte-americana. Por vincular a concepção da revista com o crescimento do mercado cinematográfico no país, explorado majoritariamente pelos Estados Unidos, o autor a entende como diretamente ligada ao esquema da indústria cultural gerado por Hollywood:

Longe de representar a iniciativa de um pequeno grupo que procura expor sua visão crítica, em nova arte ou em novos valores sociais, pondo no banco de réus um determinado mundo de exploração dominante da nova técnica, *Cinearte* é a manifestação integral e contraditória da industrialização triunfante e da colonização cultural.¹³

¹¹ SIMIS, Anita. *Estado e cinema no Brasil*. São Paulo: Annablume, 1996.

¹² “O sonho da indústria: a criação de imagem em *Cinearte*”. Em: XAVIER, Ismail. *Sétima Arte: um culto ao moderno*. São Paulo: Perspectiva, 1978. p.167-197.

¹³ Idem, pp. 172, 173.

Portanto, para esse autor, apesar da bandeira de defesa da autêntica produção nacional que a revista agita, o que nela prevalece é a “colonização cultural” do cinema norte-americano. Assim, apenas marginalmente, aspirações nacionalistas apareceriam nos textos de seus articulistas. Uma assertiva interessante, para registro e também para um teste mais aprofundado.

Sheila Schvarzman, por outro lado, enfatiza que as opiniões expressas na revista não devem ser analisadas fora do contexto geral de sua época. Ao realizar um estudo sobre Humberto Mauro, a autora debruça-se sobre a *Cinearte* e coloca-se contrária à visão de que a revista traz uma visão colonizada de arte e cinema.¹⁴ O estudo histórico privilegia o objeto em sua conjuntura, perspectiva que possibilita sua compreensão especialmente em um estudo multidisciplinar.

Dessa forma, uma noção bastante adequada a essa pesquisa é a de contexto urbano, privilegiada na análise que Angela de Castro Gomes no já citado *Essa gente do Rio...* quando trata da inserção dos intelectuais cariocas no debate sobre o Brasil moderno. É na cidade do Rio de Janeiro, que se inscrevem as redes de um campo intelectual cujas condições de produção cultural e vínculos políticos constituirão as estruturas de sociabilidade nas quais os atores estudados se inserem. As revistas *Festa* e *Lanterna Verde* são, destacadamente, objeto e fonte para o exame desses intelectuais.

Por assumir tal perspectiva – a de trabalhar no interior do campo intelectual, reconhecendo sua autonomia relativa –, é essencial procurar mapear e historicizar a existência de tradições intelectuais na cidade do Rio de Janeiro, tanto em nível organizacional, quanto no de valores estéticos e políticos. São elas que oferecem uma melhor compreensão das formas de articulação da intelectualidade em suas convergências e disputas, bem como de suas filiações através do tempo e do traçado de seus projetos culturais. Sob tal ótica, as características que singularizam as “idéias modernistas” no Rio precisariam ser analisadas à luz das referências construídas pela própria rede de intelectuais cariocas.¹⁵

A revista *Cinearte*, ao longo de suas edições, acumula as falas de inúmeros personagens que tiveram uma participação importante na história do cinema brasileiro, principalmente na seção que sempre dedicou ao cinema nacional. Espaço

¹⁴ SCHVARZMAN, Sheila. *Humberto Mauro e as imagens do Brasil*. São Paulo: Editora UNESP, 2004.

¹⁵ GOMES, Angela de Castro. *Essa gente do Rio...: modernismo e nacionalismo*. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1999. pp. 25, 26.

privilegiado para observação da formação de grupos e do movimento das idéias, *Cinearte* é produzida por intelectuais, cineastas, historiadores, burocratas, jornalistas, advogados, literatos, educadores, críticos de arte. É impossível pensar o cinema através de um periódico tão importante no período sem realizar um exame da inserção de agentes culturais no debate em curso.

As revistas constituem engrenagens do meio intelectual ao redor das quais os intelectuais organizam-se, visando construir, organizar e propagar suas idéias. Estas estruturas de sociabilidade, muitas vezes referidas como “redes”, variam conforme a época e o subgrupo estudado. Jean-François Sirinelli destaca duas de suas estruturas mais elementares:

As revistas conferem uma estrutura ao campo intelectual por meio de forças antagônicas de adesão – pelas amizades que as subtendem, as fidelidades que arrebanham e a influência que exercem – e de exclusão – pelas posições tomadas, os debates suscitados, e as cisões advindas. Ao mesmo tempo que um observatório de primeiro plano da sociabilidade de microcosmos intelectuais, elas são aliás um lugar precioso para a análise do movimento das idéias. Em suma, uma revista é antes de tudo um lugar de fermentação intelectual e de relação afetiva, ao mesmo tempo viveiro e espaço de sociabilidade, e pode ser, entre outras abordagens, estudada nesta dupla dimensão.¹⁶

A perspectiva de Pierre Bourdieu foi adotada para traçar a formação do campo intelectual e artístico no Brasil no período em questão, no qual a função e a estrutura do sistema de produção de bens simbólicos está em plena transformação.¹⁷ Em “O mercado de bens simbólicos”, o autor revela a história da vida intelectual e artística das sociedades européias através do processo de transformação da função e da estrutura do sistema de produção de bens simbólicos, paralelamente à autonomia gradual das relações de produção, circulação e consumo desses mesmos bens. A autonomização de um campo intelectual e artístico irá se constituir

definindo-se em oposição ao campo econômico, ao campo político e ao campo religioso, vale dizer, em relação a todas as instâncias com pretensões a legislar na esfera cultural em nome de um poder ou de

¹⁶ SIRINELLI, Jean-François. “Os intelectuais”. Em: RÉMOND, René (org). *Por uma história política*. Rio de Janeiro: Ed.FGV/Ed.UFRJ, 1996. p. 249.

¹⁷ “A gênese dos conceitos de habitus e de campo”. Em: BOURDIEU, *O poder simbólico*. 5ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002. p.69.

uma autoridade que não seja propriamente cultural, as funções que cabem aos diferentes grupos de intelectuais ou de artistas, em função da posição que ocupam no sistema relativamente autônomo das relações de produção intelectual e artística, tendem cada vez mais a se tornar o princípio unificador e gerador (e portanto, explicativo) dos diferentes sistemas de tomadas de posição culturais e, também, o princípio de sua transformação no curso do tempo.¹⁸

O trabalho com a revista *Cinearte* busca aprofundar o universo da própria fonte para acompanhar o debate sobre cinema brasileiro nos primórdios da sociedade de massas no Brasil. Ao observar que *Cinearte* constitui uma estrutura de sociabilidade na qual os mediadores sócio-culturais integram um campo intelectual e artístico, foram privilegiados pelo estudo as perspectivas de intelectuais e artistas em relação à arte cinematográfica.

Nessa investigação dos “primórdios” do pensamento cinematográfico no Brasil pela lente de *Cinearte*, perseguiram-se os objetivos de traçar um panorama das propostas apresentadas pelos agentes culturais diretamente ligados ao setor, de identificar quem eram os atores culturais mais atuantes no debate, e quais as leituras que faziam do cinema brasileiro naquele momento, além de identificar as questões que reivindicavam para o desenvolvimento do setor a partir do conhecimento do cotidiano sobre o cinema na cidade do Rio de Janeiro.

Cinearte é um dos marcos do nascimento da crítica cinematográfica no jornalismo brasileiro; por si mesma, essa afirmação dimensiona a gama de possibilidades de enfoque que o trabalho pode tomar. A opção de restringir a análise a apenas a situação da filmagem brasileira no periódico e em sua seção específica também responde à exigência de conclusão da dissertação de mestrado em dois anos, porém não desautoriza trabalhos futuros sobre o mesmo assunto nessa fonte, principalmente com a recente implantação do projeto de digitalização da revista *Cinearte* no Museu Lasar Segall, em São Paulo.

Ao mesmo tempo, questões como a visualidade da revista, sua forma de circulação, a autoria de projetos gráficos, estrutura empresarial e editoração ainda ficarão sem resposta, pois demandariam uma inserção diferenciada em fontes que permitiriam expandir o estudo sobre periódicos no Brasil.

¹⁸ “O mercado de bens simbólicos”. Em: BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. 2ª ed. São Paulo: Perspectiva, 1982. p. 99.

Sobre esse tema, faz-se necessário destacar três trabalhos que serviram de guia e de inspiração para a elaboração dessa dissertação: o já citado *Essa gente do Rio...*, de Angela de Castro Gomes, *Revista do Brasil: um diagnóstico para a (N)ação*, de Tânia Regina de Luca,¹⁹ e *Modernismo no Rio de Janeiro. Turunas e Quixortes*, de Mônica Pimenta Velloso.²⁰

O texto que segue está organizado em quatro capítulos. No primeiro deles, *Cenas de Cinema: o Rio de Janeiro do fim do século XIX à Segunda Grande Guerra*, acompanha-se como a sétima arte conquista a Capital Federal, transformando-se em uma prática social moderna e plenamente difundida entre a população. Em *Nasce Cinearte, longa vida à Cinearte*, o segundo capítulo, a história da revista é contada através das transformações ocorridas na imprensa no início do século XX, do encontro de seus futuros redatores e da própria organização das páginas de suas edições. No terceiro capítulo, *Intermezzo: notas sobre atores e temas de Cinearte*, o foco principal está na participação desses intelectuais na discussão e formulação de políticas públicas para a área cinematográfica. Encerrando, o quarto capítulo, *E por falar em cinema nacional*, analisa detidamente a seção da revista dedicada especialmente à cinematografia brasileira.²¹

¹⁹ LUCA, Tânia Regina de. *Revista do Brasil: um diagnóstico para a (N)ação*. São Paulo, Ed. UNESP, 1999.

²⁰ VELLOSO, Mônica Pimenta. *Modernismo no Rio de Janeiro. Turunas e Quixortes*. Rio de Janeiro, FGV, 1996.

²¹ Adotou-se, nesse trabalho, a atualização da grafia e pontuação nas citações dos periódicos, nomes próprios e documentos de época. Nas referências, a grafia original foi mantida.

Capítulo I. Cenas de Cinema: o Rio de Janeiro do fim do século XIX à Segunda Grande Guerra

A história de amor entre a cidade do Rio de Janeiro e a Sétima Arte não começou à primeira vista. O cinema transforma-se em prática social ao longo de muitos anos, durante os quais o espaço urbano adaptava-se gradativamente para receber, em sua área central, a população de elevado nível sócio-econômico. Signos de modernidade entrechocam com epidemias, greves e revoltas populares. Nesse ínterim, constitui-se um mercado de bens simbólicos no Brasil, a partir do qual será possível delinear o panorama de nascimento de *Cinearte*.

1.1. República em Imagens: O Cinematographo Encontra o “Povo” Brasileiro

As primeiras “imagens animadas” foram exibidas no Brasil em uma pequena loja da rua do Ouvidor, nº 57, no centro da cidade do Rio de Janeiro. Um aparelho denominado *Omnigrapho* foi apresentado em sessão para imprensa e convidados, na tarde do dia 08 de julho de 1896. Acompanhando o progresso da reprodução mecânica do movimento, a invenção do cinematógrafo foi concomitante em diversos pontos do planeta. Porém, a máquina patenteada pelo francês Louis Lumière, em 1895, era a de maior eficiência técnica.¹ Ela foi trazida para o Brasil pela empresa Germano Alves da Silva e apresentada por Henri Picolet no teatro Lucinda, em 15 de julho de 1897.²

No dia 31 do mesmo mês, um sábado, seria inaugurado o cinema mais antigo da cidade: o Salão de Novidades Paris no Rio, localizado no número 141 da célebre rua do Ouvidor, entreposto de entrada de produtos importados e novidades artísticas no país. A sala contava com um aparelho denominado *Animatographo* e era propriedade de Paschoal Segreto e José Roberto Cunha Sales.

¹ ARAÚJO, Vicente de Paula. *A bela época do cinema brasileiro*. 2ª ed. São Paulo: Perspectiva, 1985. p. 73

² Idem, p. 90. Henri Picolet era um dos operadores da empresa dos Irmãos Lumière – Louis e Auguste – que percorriam o mundo exibindo suas películas. Citado em HITTAUD-HUTINET, Jacques. *Le cinéma des origines. Les Frères Lumière et leurs operateurs*. Seyssel: Ed. du Champ Vallon, s.d. p.235 APUD LIMA, Evelyn Furquim Werneck. *Arquitetura do espetáculo: teatros e cinemas na formação do espaço público das praças Tiradentes e Cinelândia. Rio de Janeiro: 1813-1950*. Tese de Doutorado. Rio de Janeiro: Instituto de Filosofia e Ciências Sociais, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 1997. vol 2. p. 223. O trabalho indicado como tese foi publicado com o mesmo título pela editora da UFRJ, no ano de 2000. Aqui, porém, todas as notas se referem à tese original.

Cunha Sales, nascido em 1840, possui uma biografia curiosa: formado em medicina, foi presidente do Centro Protetor dos Artistas Eqüestres e Ginastas (cujo tesoureiro era Paschoal Segreto), mágico (sob pseudônimo de Dr. Roberto Senior), inventor do museu de cera Pantheon Ceroplástico, escritor de obras jurídicas e proprietário da Empresa de Propaganda Noturna. Foi também um inventor: criou as fórmulas do Sabão Mágico ou Sabão Santo, para sardas e manchas; da Lavagem Americana, que lavava roupas sem sabão; do remédio Americano, para o estômago; e do rejuvenescedor Virgolina, entre outras tantas novidades.³ Sócio de Segreto no “Paris no Rio”, esteve envolvido com o jogo do bicho, criado por volta de 1890 por João Batista Vianna Drummond, o barão de Drummond, para atrair público ao seu jardim zoológico, inaugurado em 1888. O jogo sofreu uma oposição dos jornais cariocas nos últimos anos do século XIX, mas paradoxalmente, segundo Araújo, “(...) era a própria imprensa a primeira a inserir em suas páginas, como matéria paga, palpites e resultados sobre os bichos. A mão esquerda recebia o dinheiro dos bicheiros e de seus intermediários e a direita escrevia os artigos contra os mesmos...”.⁴ Mas o jogo do bicho não era a única aposta que era feita na época.

Nesse meio tempo, a República sancionara informalmente outra forma de arriscar algum dinheiro: o *bookmaker*. Tratava-se de bancas que aceitavam apostas para os mais variados tipos de disputa, com predominância das corridas de cavalos, o que lhes emprestava uma ambígua legalidade, por se tratar de jogo oficializado. (...) Como seria de esperar, os *books* passaram também a aceitar apostas no jogo do bicho. Foi provavelmente dessa forma, abrindo pequenas bancas, que começaram alguns dos futuros exibidores, como Paschoal Segreto, Giacomo Rosario Staffa e Giuseppe Labanca.⁵

A febre especulativa do Encilhamento, especialmente em 1890 e 1891, propiciou afluxo de capital ao Rio de Janeiro. Segundo José Murilo de Carvalho, durante o governo Floriano Peixoto, “tentou-se acabar com o entrudo. Porém, a jogatina da bolsa, favorecida pelo governo provisório, tinha dado o tom. Apesar da ação das autoridades, quando havia tal ação, abriram-se cassinos, casas de corrida,

³ ARAÚJO, op. cit., pp. 65, 66. Ver também GONZAGA, Alice. *Palácios e poeiras: 100 anos de cinemas no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Record/Funarte, 1996. p. 35-39. Álvaro Moreyra relembra, em suas memórias, o grande mérito do remédio Virgolina: “próprio para fazer voltar ao estado de donzela qualquer senhora de outros estados”. Em: MOREYRA, Álvaro. *As amargas, não...: lembranças*. 4ª ed. Porto Alegre: Instituto Estadual do Livro, 1990. p. 131.

⁴ ARAÚJO, op. cit., p. 64.

⁵ GONZAGA, *Palácios e poeiras...*, op. cit., p. 36.

frontões, belódromos, que vieram juntar-se ao tradicional jogo do bicho, ou dos bichos, como se dizia na época, e às casas clandestinas de jogo. A confiança na sorte, no enriquecimento sem esforço em contraposição ao ganho da vida pelo trabalho honesto parece ter sido incentivada pelo surgimento do novo regime [a República]”.⁶ Ademais, cogita-se que o perfil econômico deste imigrado recente possa ser diferenciado do *self-made man*, chegando ao país com algum acúmulo de capital, mesmo que pequeno.⁷

Pasquale Segreto, nascido em 21 de março de 1868, chega ao Rio de Janeiro com o irmão Gaetano em 1886, “abrasileirando” seus nomes para Paschoal e Caetano. “Não se sabe o que fizeram até a proclamação da República, mas o novo quadro trouxe-lhes obscuras perseguições, obrigando-os a voltar para a Itália”.⁸ Retornam ao Brasil por volta de 1890, primeiro Caetano e, um ano depois, Paschoal.

A esta altura, encontravam-se mais bem estabelecidos, com uma cadeia de bancas de jornais e, mais para a frente, de quiosques. Gaetano permaneceria no ramo de distribuição de jornais, assumindo progressivamente a liderança da colônia na cidade, o que certamente o levou a fundar e editar alguns diários como *O Socialista* e *Il Bersagliere*. (...) Com o tempo, foram cruzando o Atlântico inúmeros irmãos, tios, primos e sobrinhos, entre outros parentes e contraparentes. Alguns morreram de febre amarela, mas a maioria conseguiu se estabelecer no Rio, Campos ou São Paulo, trabalhando mais tarde nos sempre crescentes negócios de Paschoal. (...)⁹

A maioria dos espaços de exibição na cidade estava sob administração de Paschoal Segreto. Em um primeiro momento, as casas concentravam-se no então Largo do Rocio, atual Praça Tiradentes, um dos tradicionais locais destinados à diversão na cidade. Os filmes eram exibidos em conjunto com outras atrações, como mágicos, cantores, orquestras, pequenos esquetes cômicos ou dramáticos.¹⁰ Aos poucos, o cinema de ambulantes dos primeiros anos passa a ser substituído por negócios mais estáveis. O Salão de Novidades Paris no Rio receberia, em 17 de junho de 1898, a visita do presidente da República Prudente de Moraes,

⁶ CARVALHO, José Murilo de. *Os bestializados: o Rio de Janeiro e a República que não foi*. 3ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2002. p. 28.

⁷ Ver: SILVA, Sérgio. *Expansão cafeeira e origens da indústria no Brasil*. 7ª ed. São Paulo: Editora Alfa-Ômega, 1986. p. 85-91.

⁸ ARAÚJO, op. cit., p. 61.

⁹ GONZAGA, *Palácios e poeiras...*, op. cit., p. 61.

¹⁰ VIEIRA, João Luiz; PEREIRA, Margareth C. S. “Cinemas cariocas: da Ouvidor à Cinelândia”. *Filme Cultura*, Rio de Janeiro, nº 47, agosto de 1986. p. 25.

acompanhado de sua família e de uma numerosa comitiva de autoridades civis e militares.¹¹ Em dezembro de 1899, é inaugurado, ao redor do atual Largo do Machado, o Parque Fluminense, que oferecia também diversões como patinação, montanha-russa e sorteios de prêmios. O Maison Moderne, ao estilo de um café-concerto, é inaugurado em 1901.

O *animatographo* depressa conquistou a admiração do público e diariamente a imprensa carioca estampava notas (...). Este novo gênero de diversão tornava-se tão popular a ponto de seu proprietário, Paschoal Segreto, enviar um emissário ao Velho Mundo para trazer novas fitas ou quadros, como se dizia na época (...).¹²

Na ocasião, a popularidade de Paschoal Segreto é tamanha que recebe o título de “Ministro das Diversões” do povo e da imprensa.¹³ Os irmãos Caetano, Afonso e Paschoal são figuras proeminentes na colônia italiana no Rio de Janeiro, inclusive comemorando as datas festivas peninsulares em solenidades junto a esta comunidade.¹⁴

Entre os anos de 1898 e 1910 são encaminhados no país pelo menos quatorze relatórios solicitando registro de patentes relacionadas à cinematografia. Os pedidos de “Privilégios Industriais” são referentes a aparelhos para aperfeiçoamento da projeção de filmes, fabricação de películas não-inflamáveis, mecanismos para alimentação de telas, técnicas de sincronismo com aparelhos sonoros, entre outros registros, tanto de inventores brasileiros quanto de franceses, italianos e norte-americanos.¹⁵ “Um novo sistema de propaganda destinado a chamar a concorrência às casas de diversão ou espetáculo” é criado por Paschoal Segreto em 1905, que à época era dono de estabelecimentos também em Petrópolis, Campos, Niterói e em outras cidades do país. Consistia em uma coleção de medalhas para distribuição gratuita “representando em efígie edifícios, monumentos públicos ou particulares (...), homens notáveis, ruas, praças, jardins,

¹¹ ARAÚJO, op. cit., p. 107.

¹² Idem, p. 95.

¹³ Idem, p. 123

¹⁴ Idem., p. 115, 117 e 118.

¹⁵ A concessão da carta-patente, válida por quinze anos, era dada pelo Ministério da Indústria, Viação e Obras Públicas (entre 1891 e 1906) e pelo Ministério da Agricultura, Indústria e Comércio (até 1906). Foram consultados as solicitações de números 2171, 4180, 5024, 5076, 5079, 5145, 5528, 5747, 6556, 8764, 8765, 8766, 8870 e 9267. Fundo Privilégios Industriais, AN.

navios de guerra, etc”.¹⁶ A pertinência de seu empreendimento é justificada da seguinte maneira:

Para fazer referência aos incontestáveis efeitos praticados sob o ponto de vista moral e social dos meus estabelecimentos de diversões e espetáculos, citarei apenas que eles proporcionam às famílias um recurso constante, suave e modesto de interromper a monotonia da vida doméstica, além de sua educação física pelos inúmeros gêneros de esporte que explora (...); desenvolvem as relações amistosas ou de boa camaradagem entre as pessoas, famílias e classes sociais; ativam o curso e permuta das idéias, notícias, opiniões, interesses, negócios e tudo o que constitui a vida em sociedade; e ao mesmo tempo desviam os concorrentes, quer de passatempos nocivos, quer da apatia, da ociosidade que amamenta [sic] o espírito e o caráter, depreendendo-se de tudo isto a utilidade, a vantagem real, o verdadeiro interesse público que há na conservação destes estabelecimentos, merecedores portanto da proteção dos poderes públicos. (...)¹⁷

No dia 19 de junho de 1898, antes de desembarcar no Brasil de uma das viagens em busca de “vistas” para projetar nos cinematógrafos da família, Afonso fez algumas tomadas da cidade do Rio de Janeiro com um aparelho Lumière que trazia consigo. Esse tornou-se o registro do provável primeiro filme nacional. “Durante alguns anos foram os irmãos Segreto os principais exibidores de filmes e, até pelo menos 1903, os únicos produtores dos escassos filmezinhos nacionais de atualidades”.¹⁸ Até 1907, a *filmagem brasileira* restringia-se aos chamados filmes naturais, imagens “não posadas”, que poderiam ser classificadas como não-ficção ao contrapor-se aos filmes de enredo. Jogos de futebol, funerais de figuras de destaque, construções de estradas, vistas da cidade, revoltas, operações cirúrgicas, crimes eram assunto para as filmagens. Os “naturais” tinham uma boa demanda de público, que irá expandir-se ainda mais com a produção dos primeiros “posados” nacionais.

O primeiro deles é *Os Estranguladores*, exibido no final de novembro de 1908, que narra o crime no qual Paulino e Carluccio Fuoco foram estrangulados em circunstâncias misteriosas. Foi produzido pela empresa Labanca & Cia, que se

¹⁶ Privilégio industrial 4180. Encaminhado por Gaetano Segreto. Rio de Janeiro, 14 de dezembro de 1905. Fundo Privilégios Industriais, AN.

¹⁷ Idem.

¹⁸ GOMES, Paulo Emílio Sales. *Cinema: trajetória no subdesenvolvimento*. São Paulo: Paz e Terra, 1996. p. 22

tornara a maior “fábrica de vistas” do Rio no período.¹⁹ Do mesmo ano é também a primeira comédia feita no país, *Nhô Anastácio Chegou de Viagem*, produzido pela Arnaldo & Cia.²⁰

Também do ano de 1908 é *Pela Vitória dos Clubes Carnavalescos*, primeiro filme nacional de enredo com o tema carnaval e o drama *A Cabana do Pai Tomás*, da Photo-Cinematografia Brasileira com direção de Antônio Serra: “O espetáculo terminava com uma apoteose aos libertadores dos escravos no Brasil, Visconde do Rio Branco e José do Patrocínio”.²¹ *Paz e Amor*, de 1910, será o filme mais popular das duas primeiras décadas do século, uma crítica à campanha civilista, à política nacional e aos costumes da cidade, com “enchentes” de espectadores ao cinema Rio Branco. O primeiro filme feito “em cenários naturais” no Brasil é a opereta *A Serrana*, apresentada por Serrador em 1911.²² Outro grande destaque são as revistas, como *O Chantecler* e *O Cometa*.

O cinematógrafo-falante também ganhou impulso no Brasil, aparecendo em 1904 no Teatro Lírico. Consistia em um fonógrafo combinado ao aparelho de projeção.²³

No Rio, o industrial Cristóvão Guilherme Auler, sócio principal da Casa Auler & Cia, formou a empresa William & Cia, contratou alguns cantores líricos e, com o auxílio do fotógrafo Júlio Ferrez e do maestro Costa Júnior, produziu diversos filmes cantantes. Atrás da tela postavam-se, ocultos, os artistas ou cantores, que iam falando ou cantando, conforme as cenas, procurando o máximo possível combinar suas vozes com as imagens.²⁴

Porém, Vicente de Paula Araújo aponta um decréscimo desta fase áurea do cinema brasileiro nos últimos meses de 1911. Após ter alcançado popularidade e prestígio, as mudanças no setor de exibição afetaram a demanda pelo produto nacional. Iniciada a era do longa-metragem, os produtores nacionais não tinham condições de competir com as películas estrangeiras, especialmente as norte-americanas, alugadas aos exibidores das grandes salas de cinema da avenida Rio

¹⁹ ARAÚJO, op. cit., pp. 187 e 240.

²⁰ Idem, p. 250.

²¹ Idem, p. 296.

²² Idem, p. 357.

²³ Idem, pp. 160 e 299.

²⁴ Idem, p. 230.

Branco.²⁵ O filme brasileiro ficou reduzido, a partir de 1912, aos naturais e a jornais de atualidades, praticamente desaparecendo os chamados “posados”.²⁶

Essa idade de ouro não poderia durar, pois sua eclosão coincide com a transformação do cinema artesanal em importante indústria nos países mais adiantados. Em troca do café que exportava, o Brasil importava até palito e era normal que importasse também o entretenimento fabricado nos grandes centros da Europa e da América do Norte. Em alguns meses o cinema nacional eclipsou-se e o mercado cinematográfico brasileiro, em constante desenvolvimento, ficou inteiramente à disposição do filme estrangeiro.²⁷

A denominada *belle époque* do cinema nacional (1907-1911) ocorre em um período mais artesanal de produção cinematográfica, com clara vinculação entre o produtor e o exibidor das películas e com o mercado internacional sem o grau de monopolização que adquiriria após a Primeira Guerra Mundial.²⁸ Na apresentação de 1974 do já citado livro de Araújo, *A bela época do cinema brasileiro*, Paulo Emílio Salles Gomes aviva o desejo de reviver essa idade de ouro do cinema nacional, “aquele momento fugaz – três ou quatro anos cariocas – em que os filmes nacionais eram os preferidos pelo grande público e pela inteligência”.²⁹

Se, por um lado, a afirmação remete à noção idílica de *belle époque* como “a época relativa aos primeiros anos do século XX, considerados como de uma vida agradável e fácil”,³⁰ a avaliação de seus desdobramentos não é positiva – nem para o cinema, nem para os demais setores da sociedade. A modernização promovida na cidade do Rio de Janeiro foi um processo violento, com base em um modelo parisiense desvinculado da realidade política e econômica do país. De acordo com o slogan criado pelo cronista Figueiredo Pimentel, “O Rio Civiliza-se”: em síntese, a cidade faz a metamorfose que estabelece divisões sócio-espaciais entre a população, segregando a cidade física da cidade simbólica. Como afirma Angel Rama, a cidade latino-americana apresenta-se enquanto realização do sonho de

²⁵ ARAÚJO, pp. 229, 359 e 368.

²⁶ Idem, p. 413.

²⁷ GOMES, 1996, op. cit., p. 11.

²⁸ XAVIER, Ismail. *Sétima arte: um culto moderno*. São Paulo: Perspectiva, 1978. pp. 120, 121.

²⁹ GOMES, Paulo Emílio Sales. “Apresentação”. In: ARAÚJO, op. cit., p. 12

³⁰ “Belle Époque”. Dicionário Aurélio eletrônico século XXI, versão 3.0, novembro de 1999.

uma ordem futura, a partir de inspirações que seguem as exigências colonizadoras e valores exógenos.³¹

Centro político, econômico e cultural do país, o Rio de Janeiro, no último quarto do século XIX ou, mais especificamente, por volta do ano de 1870, chegava ao ápice de um processo em que a falta de infra-estrutura urbana favorecia a sucessão de epidemias que atingiam a cidade. Deficiências no abastecimento de água e de esgoto, acúmulo de lixo nas praias e vias públicas, precariedade de transportes, falta de calçamento, além de um largo déficit habitacional, contribuía para os problemas sanitários da capital. O aumento do número de habitantes e conseqüente adensamento populacional, em condições de insalubridade, propiciava o rápido contágio de doenças, como a febre amarela e a varíola. Problema constante em grandes cidades que sofreram crescimento rápido, as epidemias passaram também a interferir economicamente, atingindo a exportação de produtos e a imigração. O progressivo agravamento dessa situação poderia conduzir a uma situação de ingovernabilidade.³² A insalubridade torna-se uma questão para o poder público:

o combate à insalubridade impunha a ordenação do espaço urbano, o disciplinamento de seus usos, o emprego de instrumentos de controle que pudessem *regular* a vida na cidade. Lutar contra a insalubridade implicava prevenir focos potenciais de enfermidade, que poderiam estar assentados nos mais diversos pontos da cidade (...).³³

Com a Proclamação da República, o poder federal passa a administrar o Município neutro. Em 1892, Cândido Barata Ribeiro, amigo pessoal de Floriano Peixoto, assume a Intendência Municipal e desenvolve um programa a partir da questão sanitária e da higiene, centrada no combate às habitações coletivas, nas quais, dizia-se, estariam os focos das epidemias.³⁴ Não por acaso, as habitações

³¹ RAMA, Angel. *A cidade das letras*. São Paulo: Brasiliense, 1985. p. 23-27.

³² PECHMAN, Sérgio; FRITSCH, Lilian. "A reforma urbana e o seu avesso: Algumas considerações a propósito da modernização do Distrito Federal na virada do Século". *Revista Brasileira de História*, São Paulo, v. 5, nº 8/9, setembro 1984/abril 1985. pp. 141, 142.

³³ Idem, p. 142.

³⁴ ROCHA, Oswaldo Porto. "A era das demolições: cidade do Rio de Janeiro: 1870-1920". Em: ROCHA, Oswaldo Porto. *A era das demolições: cidade do Rio de Janeiro: 1870-1920*. CARVALHO, Lia de Aquino. *Contribuição ao estudo das habitações populares*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Secretaria Municipal de Cultura, Departamento Geral de Doc. e Inf. Cultural, DGDI, 1995. p. 46. Em 1892, seria criado o Distrito Federal, no qual, segundo a lei orgânica que o criou, de 20 de setembro, nele existiriam apenas os poderes Executivo e Legislativo, ficando o Judiciário para a alçada federal. O Prefeito

populares tornam-se alvo de uma política estatal que mobilizaria médicos e engenheiros sanitários, forças policiais e autoridades do governo para implantação de medidas preventivas em relação ao saneamento e ao embelezamento da capital federal.

Para além de questões de saúde pública, os cortiços do centro do Rio eram considerados um “valhacouto de desordeiros” pelas autoridades da época. Esses espaços estigmatizados, que foram eliminados sob a administração republicana, haviam sido, nos últimos anos da Corte, um importante lugar de resistência negra contra a escravidão.³⁵ A destruição do mais célebre deles, o Cabeça de Porco, foi acompanhada pessoalmente por Barata Ribeiro, em 26 de janeiro de 1893, com amplo apoio da imprensa à iniciativa.³⁶ A população desalojada deslocou-se ou para os subúrbios ou subiu os morros próximos ao perímetro central.

Sobre a repressão sistemática às camadas populares, Mônica Velloso afirma:

Trata-se não apenas de deslocá-las do centro da cidade mas de deslocá-las do eixo de influência da vida nacional. A modernização exige que se ponha abaixo as construções antigas, da mesma forma que exige a extinção das manifestações culturais tradicionais. Essa exigência é vista na época como uma espécie de fatalidade imposta pelos novos tempos.(...)³⁷

O candomblé, o Bumba-meu-boi, a capoeira, o entrudo, entre outras manifestações populares, são considerados bárbaros e primitivos, antítese do padrão cultural com que a cidade letrada almeja identificar-se. Porém, essa europeização não foi aceita de modo passivo pela população, como no exemplo apresentado da luta cultural entre as tradições africana e europeia na Festa da Penha. Nesse contexto, a intransigência elitista esforça-se para “organizar” uma

passa a ser da escolha do presidente da República e, posteriormente, ficaria submetido à aprovação do Senado. Sobre o debate político em torno da organização do Distrito Federal, ver também: FREIRE, Américo. “República, cidade e capital: o poder federal e as forças políticas do Rio de Janeiro no contexto da implantação republicana”. Em: FERREIRA, Marieta de Moraes (org). *Rio de Janeiro: uma cidade na história*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000.

³⁵ CHALHOUB, Sidney. *Cidade febril: cortiços e epidemias na Corte imperial*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996. p. 16 e 26.

³⁶ Idem, pp. 15, 16.

³⁷ VELLOSO, Mônica Pimenta. *As tradições populares na Belle Époque carioca*. Rio de Janeiro: Funarte/Instituto Nacional do Folclore, 1988. p. 16

noção de cultura brasileira na qual “(...) a grandeza da Nação é atribuída ao território, [e] a questão da diversidade cultural não entra em pauta”.³⁸

As teorias explicativas do Brasil, elaboradas ao final do século XIX e início do XX, tecem uma relação entre a questão racial e a identidade brasileira. A partir de princípios evolucionistas, o país é analisado através dos conceitos de meio e de raça, que explicam o estágio “inferior” da civilização em que se encontrava.³⁹ Segundo Lilia Schwarcz,

a mestiçagem existente no Brasil não só era descrita como adjetivada, constituindo uma pista para explicar o atraso ou uma possível inviabilidade da nação. (...) Ao lado de um discurso de cunho liberal, tomava força, em finais do século passado, um modelo racial de análise, respaldado por uma percepção bastante consensual. De fato, a hibridação das raças significava nesse contexto “um tumulto”, como concluía o jornal *A Província de São Paulo* em 1887.⁴⁰

A representação mestiça do Brasil constitui-se paralelamente à chegada – já tardia – dos modelos europeus das teorias raciais, acolhidas em instituições de pesquisa e de ensino, como os museus etnográficos, os institutos históricos e geográficos e as faculdades de Medicina e Direito.⁴¹ O darwinismo social ajudou a explicar a “natureza” do brasileiro sob influência das obras do conde Arthur de Gobineau, *Essais sur les Inégalités des Races Humaines*, e Le Play, um argumento da inferioridade racial que será encontrado em Nina Rodrigues, Sílvio Romero e Manuel Bonfim, entre outros.

Desde meados do século XIX, a transição do trabalho escravo para o trabalho livre no Brasil é acompanhada de transformações nas relações sociais, no que Sidney Chalhoub chama de “universo mental” das classes dominantes da época.⁴² “A lei de 13 de maio [de 1888] era percebida como uma ameaça à ordem porque nivelava todas as classes de um dia para o outro, provocando um deslocamento de

³⁸ Idem, p. 14. Um trabalho que trata especificamente da questão do carnaval é: CUNHA, Maria Clementina Pereira. *Ecos da folia: uma história social do Carnaval carioca entre 1880 e 1920*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001. Sobre a relação das instituições da Classe Operária e a cultura: HARDMAN, Francisco Foot. *Nem Pátria, nem Patrão! Vida operária e cultura anarquista no Brasil*. São Paulo: Brasiliense, 1983.

³⁹ ORTIZ, Renato. *Cultura brasileira e identidade nacional*. 5ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1994. p. 15.

⁴⁰ SCHWARCZ, Lilia Moritz. *O espetáculo das raças: cientistas, instituições e questão racial no Brasil – 1870-1930*. São Paulo: Companhia das Letras, 1993. p. 13.

⁴¹ Idem, p. 14.

⁴² CHALHOUB, Sidney. *Trabalho, lar e botequim. O cotidiano dos trabalhadores no Rio de Janeiro da belle époque*. São Paulo: Brasiliense, 1986. p. 39.

profissões e de hábitos de conseqüências imprevisíveis”.⁴³ Em julho de 1888, o ministro da Justiça Ferreira Viana encaminha à Câmara dos Deputados um projeto de repressão à ociosidade – que fique claro, como destaca Chalhoub, unicamente relativo ao ócio pobre, ligado à indigência e à vadiagem, que deturpasse a educação moral e os bons costumes. “Os parlamentares reconhecem abertamente, portanto, que se deseja reprimir os miseráveis. Passam a utilizar, então, o conceito de *classes perigosas*, avidamente apreendido dos compêndios europeus da época”.⁴⁴ Essas classes perigosas tornam-se sinônimo das *classes pobres*. Segundo o autor, o que entra em pauta é também a questão do caráter do liberto, com vícios que só seriam vencidos através da educação e do hábito do trabalho.⁴⁵ O censo de 1890 registra uma grande concentração do continente de negros e mulatos no Rio de Janeiro: cerca de 34% da população.⁴⁶

Esta população poderia ser comparada às classes perigosas ou potencialmente perigosas de que se falava na primeira metade do século XIX. Eram ladrões, prostitutas, malandros, desertores do Exército, da Marinha e dos navios estrangeiros, ciganos, ambulantes, trapeiros, criados, serventes de repartições públicas, ratoeiros, recebedores de bondes, engraxates, carroceiros, floristas, bicheiros, jogadores, receptadores, pivetes (a palavra já existia). E, é claro, a figura tipicamente carioca do capoeira, cuja fama já se espalhara por todo o país e cujo número foi calculado em torno de 20 mil às vésperas da República. Morando, agindo e trabalhando, na maior parte, nas ruas centrais da Cidade Velha, tais pessoas eram as que mais compareciam nas estatísticas criminais da época, especialmente as referentes às contravenções do tipo desordem, vadiagem, embriaguez, jogo. Em 1890, estas contravenções eram responsáveis por 60% das prisões de pessoas recolhidas à Casa de Detenção.⁴⁷

Em *Dos meios às mediações*, Jesús Martín-Barbero esclarece como a noção de povo sofreu uma cisão ao longo do século XIX: transformou-se, à esquerda, no conceito de classe social, e à direita, no de massa.⁴⁸ A teoria da sociedade de massa surge muito antes do desenvolvimento do “fazer tecnológico” dos anos

⁴³ Idem, p. 41. Sobre a evolução nas relações de trabalho, escravidão e abolicionismo no Brasil, ver: MATTOS, Hebe Maria. *Das Cores do Silêncio: os significados da liberdade do Sudeste escravista*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1998.

⁴⁴ Idem, p. 47.

⁴⁵ Idem, p. 42.

⁴⁶ Idem, p. 25.

⁴⁷ CARVALHO, José Murilo de. *Os bestializados: o Rio de Janeiro e a República que não foi*. 3ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2002. p. 18

⁴⁸ MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. 2ªed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001. p.43.

1930/1940, iniciada por liberais franceses e ingleses no período pós-napoleônico. Os efeitos da industrialização capitalista e a situação das classes populares alimentaram o medo (e o asco) em relação às turbas.

Depois da Comuna de Paris, o estudo acerca da relação massa/sociedade toma um rumo descaradamente conservador. Mas no último quartel do século XIX as massas “se confundem” com um proletariado cuja presença obscena deslustra e entrava o mundo burguês. E então, o pensamento conservador, mais que compreender, o que buscará será *controlar*.⁴⁹

O temor às massas pautará o debate sobre a utilização dos meios de comunicação nos primeiros anos do século XX. Mais que isso: estará presente na disputa pelo controle da educação (pensava-se poder moldar as mentes através do ensino), nas diretrizes da polícia política e nos dispositivos de regulação da produção artística e da mídia.

O quadro traçado pelo pensamento conservador destaca os perigos das massas. *La psychologie des foules*, de Gustave Le Bon, é a primeira obra a pensar a irracionalidade das massas, curiosamente lançada no mesmo ano da invenção do cinematógrafo, em 1895. No período em que a França acaba de consagrar o livre exercício da liberdade de imprensa, Le Bon vê a opinião das multidões como produtos autômatos guiados por uma vontade comum e não pessoal, posto que pensavam e agiam como “seres pertencentes a formas inferiores da evolução, tais como a mulher, o selvagem e as crianças”.⁵⁰

Ao final do século XIX, os olhos se voltaram para novos problemas e, igualmente, mobilizaram novos protagonistas. A latente segregação entre os grupos sociais balizará o debate sobre os públicos e os meios de comunicação de massa nas primeiras décadas do século XX.

⁴⁹ Idem, p. 59. (grifo do autor). Sobre a Comuna de Paris, consultar: HOBBSAWN, Eric. *Ecos da Marselhesa*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

⁵⁰ MATTELART, Armand. *A Comunicação-mundo: história das idéias e das estratégias*. Petrópolis: Vozes, 1994. p.47, 48. As teses apresentadas por Gustave Le Bon tiveram ampla repercussão nos círculos intelectuais europeus, em especial junto aos militares. Mattelart comenta que, inclusive, a obra aqui citada teve trechos plagiados por Adolf Hitler em *Mein Kampf*.

1.2. A Avenida Central e a Cinelândia

A Bruzundanga, como sabem, fica nas zonas tropical e subtropical, mas a estética da escola pedia que eles se vestissem com peles de urso, de renas, de martas e raposas árticas.

– Lima Barreto, *Os Bruzundangas*

Indicado pelo presidente Rodrigues Alves (1903-1907), o prefeito Francisco Pereira Passos (janeiro de 1903 a novembro de 1906) divide com o governo federal a responsabilidade de conduzir as obras de remodelamento da Capital federal, ou porque não dizer, de sua “reinvenção”.⁵¹

Durante a gestão de Campos Sales (1898-1902), foi implantada uma política econômica deflacionista que permitiu o acúmulo de recursos para as obras que transformariam a capital da República no cartão-postal do país. No plano das disputas políticas, o Estado segue apresentando-se como “um campo de representação de interesses de classe”,⁵² caracterizado por disputas entre as oligarquias estaduais e pelo pacto de sucessão no poder através da Política dos Governadores.⁵³

Segundo Pedro Calmon, no terceiro tomo de *História social do Brasil*, uma lei de 29 de dezembro de 1902 dava a Passos poderes quase ditatoriais para implantar a reforma.⁵⁴ Ele era engenheiro diplomado pela Escola Militar, com cursos na École des Ponts et Chaussées de Paris.

Através da transformação do espaço material, pensava o Prefeito em refletir a própria ordem que desencadearia o progresso, tão almejado para a Capital Federal. O desejo de “civilizar” o espaço urbano não se restringia aos espaços físicos e funcionais da cidade, porém representava, no plano do ordenamento social, a intenção nítida de

⁵¹ “(...) as principais obras ficariam a cargo da administração federal: a construção do cais do porto, a conclusão do canal do Mangue, o arrasamento do morro do Senado, a abertura de uma avenida ligando o Passeio Público ao largo do Estácio, e o alargamento de uma série de ruas no coração da cidade, entre elas, a Marechal Floriano, Prainha, Camerino e Treze de Maio”. ROCHA, op. cit., p. 58.

⁵² FERREIRA, Marieta de Moraes. *Em busca da idade de ouro: as elites políticas fluminenses na Primeira República (1889-1930)*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1994. p. 144.

⁵³ Sobre o funcionamento da Política dos Governadores, consultar: LEAL, Vítor Nunes. *Coronelismo, enxada e voto*. 3ª ed. São Paulo: Alfa-Omega, 1978. Para a análise do poder dos estados, ver: LOVE, Joseph. *O Regionalismo Gaúcho e as origens da Revolução de 30*. São Paulo: Perspectiva, 1975.

⁵⁴ ARAÚJO, op. cit., p. 153. Para uma análise mais aprofundada da reforma urbana na cidade do Rio de Janeiro e de suas conseqüências, ver: BENCHIMOL, Jaime Larry. *Pereira Passos: um Haussmann tropical: a renovação urbana da cidade do Rio de Janeiro no século XX*. Rio de Janeiro: Secretaria Municipal de Cultura, Turismo e Esportes, Departamento Geral de Doc. e Inf. Cultural, Divisão de Editoração, 1992.

restringir as manifestações populares que se insurgissem contra as instituições governamentais, além de acentuar o controle sobre a permissividade moral que vinha se acirrando nas áreas centrais.⁵⁵

São os ares da modernidade, inspirando as práticas sociais que se identificam com o cosmopolitismo. Ana Mauad traça uma “Geografia do Ser Moderno” nos primeiros vinte anos do século XX, no qual espaços de convivência – como confeitarias, cinemas, cafés, salões, livrarias e a própria rua – são eleitos signos que identificam o estilo de vida da nova classe em ascensão: a burguesia.⁵⁶ A perspectiva de análise dessa nova apropriação da cidade é destacada por Sandra Pesavento:

A cultura da modernidade é eminentemente urbana e comporta a conjugação de duas dimensões indissociáveis: por um lado, a cidade é o sítio da ação social renovadora, da transformação capitalista do mundo e da consolidação de uma nova ordem e, por outro, a cidade se torna, ela própria, o tema e o sujeito das manifestações culturais e artísticas. Assim, é na correlação modernidade-cidade que encontramos a passagem da idéia de urbe como o “local onde as coisas acontecem” para a concepção do sujeito-cidade como objeto de reflexão.⁵⁷

Com a abertura da avenida Central, sob protesto e indignação dos comerciantes locais prejudicados pelo “Bota Abaixo”, instalaram-se os primeiros grandes cinemas no decorrer da avenida em direção ao Largo da Mãe do Bispo, atual Praça Marechal Floriano e, até 1910, denominada Praça Ferreira Viana. Em 1907, são inaugurados os cinemas Parisiense, de Jácomo Rosário Staffa, no dia 10 de agosto; o Grande Cinematógrafo Rio Branco, da empresa William & Cia, em 01º de setembro; e o Cinematógrafo Pathé no dia 18 de setembro, pertencente a Arnaldo Gomes de Souza e Marc Ferrez.

A idéia de Pereira Passos de uma praça que simbolizasse a nova ordem era provavelmente a que seu projeto sugeria: na extremidade

⁵⁵ LIMA, op. cit., vol 2, p. 176.

⁵⁶ MAUAD, Ana Maria. *Sob o signo da imagem: a produção da fotografia e o controle dos códigos de representação social da classe dominante, no Rio de Janeiro, na primeira metade do século XX*. Niterói: Tese de Doutorado, Universidade Federal Fluminense, 1990. p. 05.

⁵⁷ PESAVENTO, Sandra. *O imaginário da cidade: visões literárias do urbano – Paris, Rio de Janeiro, Porto Alegre*. Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS, 1999. p. 158. Para uma reflexão sobre o ambiente urbano, consultar: MORSE, Richard M. “As cidades “periféricas” como arenas culturais: Rússia, Áustria e América Latina”. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, vol. 08, nº 16, 1995, p. 205-225.

do extenso bulevar, reunindo a nata da sociedade e da cultura, fazendo a ligação com os bairros nobres que surgiriam à beira-mar.⁵⁸

Em *Arquitetura do espetáculo: teatros e cinemas na formação do espaço público das praças Tiradentes e Cinelândia. Rio de Janeiro: 1813-1950*, Evelyn Furquim Werneck Lima, analisa o espaço da Praça Floriano enquanto ponto de convergência da população da cidade e de concentração de significados do que define como a “arquitetura do espetáculo”, representativa das mudanças sociais verificadas nas transformações do espaço público. Porém, o foco do entretenimento da cidade paulatinamente irá deslocar-se dos teatros da Praça Tiradentes para os cinemas da Cinelândia. A formação desse novo espaço exige um exame mais apurado, posto que estarão nele os chamados “espaços lançadores” das películas.

A Praça Floriano abrigava a Biblioteca Nacional, o Superior Tribunal Federal, a Escola Nacional de Belas-Artes, o Palácio Monroe e o Conselho Municipal. Apresentava-se como um pólo político-administrativo e também cultural da República. A nova organização eliminou as edificações geminadas de um só pavimento do tempo do Império, redefinindo o próprio contingente habitacional que majoritariamente circularia pelas ruas. O processo de modernização da Capital federal transformaria o perfil do morador do centro da cidade, deslocando “os indivíduos oriundos das classes trabalhadoras por ricos comerciantes que poderiam arcar com os novos aluguéis”.⁵⁹

A questão da especulação imobiliária das áreas centrais é clara no processo de desapropriação do Convento da Ajuda, adquirido pela Companhia Light and Power em 1911 e demolido no mesmo ano para instalação de um hotel de luxo projetado por Carlos Sampaio, que não chegou a ser construído. A respeito das transações comerciais que envolvem a compra do terreno, são encontradas informações bastante contraditórias.⁶⁰ Posteriormente, a área foi adquirida pela Companhia Brasil Cinematográfica, fundada por Francisco Serrador em 1917. Imigrante espanhol, Serrador foi um dos grandes empresários da área do

⁵⁸ LIMA, op. cit., vol 2, p. 179.

⁵⁹ Idem, p. 176.

⁶⁰ Ver LIMA, vol. 2, p. 183 e GONZAGA, p.118. Ambas autoras falam em acordos nebulosos, que envolveriam desde usos de contatos pessoais ao jogo do bicho (este último, possivelmente ligado à construção das primeiras grandes salas de exibição).

entretenimento no Brasil, investindo principalmente no mercado exibidor de cinemas nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Paraná e Minas Gerais.⁶¹

Os “arranha-céus”, verdadeiros palacetes dotados não apenas de cinemas e teatros, mas de lojas, restaurantes e salões para escritórios, não pertenciam aos mesmos proprietários. A Companhia Brasil Cinematográfica construiu e ficou responsável pelo Cinema Odeon, e, contratou outros empresários para explorar os demais cine-teatros. Buscando reafirmar o caráter do espaço urbano que funcionaria no imaginário da população espelhando progresso e prosperidade, Serrador resolveu também associar-se aos comerciantes que desejassem investir em pequenos estabelecimentos. Foram então aparecendo os primeiros bares, os cafés e sorveterias. (...).⁶²

A Cinelândia surge como um complexo de lazer no espaço da Praça Floriano, destacando o cinema como sua principal atração. Mesmo não explorando diretamente as demais salas nela construídas, a Companhia Brasil Cinematográfica terá o domínio de outra face do mercado cinematográfico: o da distribuição de filmes. Das quatro salas ali localizadas, todas serão servidas pela Companhia: Cine Teatro Glória, Cinemas Capitólio e Império, inaugurados em 1925 e Cinema Odeon, inaugurado em 1926. Duas delas também exibirão películas fornecidas pela Companhia Películas de Luxo da América do Sul (Capitólio e Império). O cinema se estabelece na área mais valorizada da Capital da República.

Ao início da Primeira Guerra Mundial, adentra-se um período de crise econômica e política. Um período de recessão inicia-se em meados de 1913, com reduções dos preços de exportação de produtos como o café nos mercados europeus. O custo de vida eleva-se, paralelo à falta de gêneros alimentícios e ao aumento das demissões em fábricas.⁶³ Antecedido pelas inúmeras rebeliões populares, como as Revoltas da Vacina (1904) e da Chibata (1910), e as Greves Gerais espalhadas pelo país na década de 1910, o Tenentismo apresenta-se como um movimento

⁶¹ Sobre Francisco Serrador, existe a biografia: SILVA, Gastão Pereira da. *Serrador o criador da Cinelândia*. Rio de Janeiro: Editora Vieira de Melo, s/d. Ver também: SOUZA, José Inácio de Melo. “Francisco Serrador e a primeira década do cinema em São Paulo.” Em: *Mnemocine – memória e imagem*. Publicação on-line: <http://www.mnemocine.com.br> (capturado em 26 de dezembro de 2003).

⁶² LIMA, op. cit., vol 2, pp. 246, 247.

⁶³ HAUNER, June E. *Pobreza e política: os pobres urbanos no Brasil – 1870/1920*. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1993. p. 302.

(...) política e ideologicamente difuso, de características predominantemente militares, onde as tendências reformistas autoritárias aparecem em embrião. As explosões de rebeldia – da revolta do Forte de Copacabana à Coluna Prestes – ganham gradativa importância e consistência, tendo no Rio Grande do Sul uma irradiação popular maior do que em outras regiões.⁶⁴

Com a crise de 29 e conseqüente queda dos preços do café, o Brasil sofreu um decréscimo radical no comércio externo, associado à erosão das reservas (ouro e divisas) e ao estabelecimento de um controle no câmbio.⁶⁵ Ao mesmo tempo, observa-se o crescimento de importância no cenário político nacional das classes médias urbanas,⁶⁶ em um período de inserção do país em novos padrões de consumo.

No Rio de Janeiro, Distrito Federal, a produção artística popular remonta aos tempos do Império, expandindo-se nacionalmente a partir da Capital.⁶⁷ Inovações tecnológicas permitiram uma nova relação do indivíduo com a cidade. Os espaços de sociabilidade se expandem: os cafés e confeitarias, as editoras, as conferências literárias, e claro, as revistas são exemplos legítimos da fermentação cultural desses anos. No ano de 1933, elas somam 126, além de treze jornais diários circulando pela cidade.⁶⁸ Já em 1922, são 108 estabelecimentos de diversão e espetáculos, entre teatros, cine-teatros e cinematógrafos.⁶⁹

Aos poucos, vai se delineando o que Pierre Bourdieu chamará de *mercado de bens simbólicos*. A autonomização das esferas de produção, circulação e consumo desses bens dá-se a partir de sua desvinculação de instâncias de legitimidade externa – tais como o domínio econômico e estético da Igreja ou da aristocracia –, constituindo, para si, um público consumidor extenso e diversificado e um corpo

⁶⁴ FAUSTO, Boris. *A revolução de 30: historiografia e história*. 16ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2000. pp. 80, 81.

⁶⁵ ABREU, Marcelo de Paiva. “O Brasil e a economia mundial (1929-1945)”. Em: FAUSTO, Boris. *História Geral da Civilização Brasileira. O Brasil republicano – tomo III*. 3ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995. vol. 4. pp. 16 e 17.

⁶⁶ PINHEIRO, Paulo Sérgio. “Classes médias urbanas: formação, natureza, intervenção na vida política”. Em: FAUSTO, Boris. *História Geral da Civilização Brasileira. O Brasil republicano – tomo III*. 3ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995. vol. 2 p. 07-37.

⁶⁷ MOURA, Roberto. “A indústria cultural e o espetáculo-negócio no Rio de Janeiro”. Em: LOPES, Antônio Herculano. *Entre Europa e África – a invenção do carioca*. Rio de Janeiro: Topbooks/Fundação Casa Rui Barbosa, 2000. p. 113-154.

⁶⁸ *Anuário Estatístico do Brasil*. Rio de Janeiro: Tipografia do Departamento Estatística e Publicidade, 1936. Ano II. p. 376.

⁶⁹ Idem, p. 367.

profissionalizado de produtores e empresários.⁷⁰ Em outros termos, este mercado torna-se viável no processo da constituição de um campo intelectual e artístico, o que, no Brasil, configura-se, segundo a análise de Sérgio Miceli, com a profissionalização da atividade intelectual, garantida pelo aumento no número dos postos de trabalho no setor administrativo, político e cultural do Estado, o que ocorre na década de 1920.⁷¹

O desenvolvimento do mercado de bens simbólicos é o que atribui a esse campo autonomia relativa, posto que está subordinado ao campo de poder. Estas são colocações pertinentes, pois é sabido que o campo da produção, no interior desse mercado, possui uma estrutura específica, a definir-se na diferenciação entre o *campo de produção erudita* (no qual bens culturais são produzidos para uma esfera específica de consumidores e para os próprios produtores) e o *campo da indústria cultural*, com o qual mantém uma relação dialética e subordinada.⁷²

Na leitura da Escola de Frankfurt, a inserção dos bens produzidos na lógica do sistema capitalista determina diretamente suas formas de consumo, assim como a formatação do produto e a do consumidor, posto que a indústria cultural vê o indivíduo como um *ser genérico*, negando a competência deste enquanto agente social determinante no processo histórico.⁷³ Bourdieu, ao discorrer sobre o desenvolvimento da indústria cultural, destaca o processo de extensão e diferenciação dos públicos, de expansão do ensino elementar e de ampliação do acesso ao consumo cultural no surgimento de um princípio paralelo de legitimação de bens simbólicos.⁷⁴ Para o autor, o indivíduo participa no mercado de bens simbólicos de forma *ativa*, longe de uma concepção mecanicista de comunicação, na

⁷⁰ “O mercado dos bens simbólicos”. BOURDIEU, Pierre. *A Economia das Trocas Simbólicas*. 5ª ed. São Paulo: Perspectiva, 2003. pp., 99, 100.

⁷¹ “Poder, sexo e letras na República Velha (estudo clínico dos anatolianos)”. Em: MICELI, Sérgio. *Intelectuais à brasileira*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001. p.14-68.

⁷² “O mercado dos bens simbólicos”. BOURDIEU, 2003, op. cit., p. 105. “Ao contrário do sistema da indústria cultural, que obedece à lei da concorrência para a conquista do maior mercado possível, o campo da produção erudita tende a produzir ele mesmo suas normas de produção e os critérios de avaliação de seus produtos, e obedece à lei fundamental da concorrência pelo reconhecimento propriamente cultural concedido pelo grupo de pares que são, ao mesmo tempo, clientes privilegiados e concorrentes”.

⁷³ HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor W. “A Indústria Cultural: o esclarecimento como mistificação das massas.” In: *A Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1985. p.136. Sobre a Escola de Frankfurt e a Teoria Crítica, ver: FREITAG, Barbara. *A teoria crítica: ontem e hoje*. 3ª ed. São Paulo: Brasiliense, s/d.; MATTELART, Armand e Michèle. *História das teorias da comunicação*. 4ªed. São Paulo: Edições Loyola, 2001; DUARTE, Rodrigo. *Teoria crítica da indústria cultural*. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2003.

⁷⁴ “O mercado dos bens simbólicos”. BOURDIEU, 2003, op. cit., p. 102.

qual o emissor é superestimado e tem o poder de controlar os efeitos da mensagem e dos produtos sobre a audiência. Pelo contrário, o consumo cultural, como destaca Néstor García-Canclini, não é pensado “como simples cenário de gastos inúteis e impulsos irracionais, mas como espaço que serve para pensar, onde se organiza grande parte da racionalidade econômica, sóciopolítica e psicológica nas sociedades”.⁷⁵

Esta reflexão conduz ao próprio modo como o cinema deve ser pensado enquanto prática social no Brasil. Em primeiro lugar, altera-se a noção de audiência, tida agora como um grupo com opinião própria, que pode ser *influenciada* em suas decisões, porém não *cooptada*, no sentido pejorativo de que a “massa” irracional não possui capacidade de escolha. Em segundo, é preciso refletir melhor sobre a concepção de povo. A discussão deve remeter-se aqui ao “movimento de idéias” em torno da questão da miscigenação do povo brasileiro. O debate científico não fica estanque na identificação das “classes perigosas”, questionando a miscigenação racial como o fato que condenaria o país eternamente ao atraso. À visão pessimista, que influenciou inúmeros intelectuais brasileiros, agrega-se a perspectiva defendida por Edgard Roquette Pinto, entre outros, na qual a educação – bem como o controle – conduziram a população, sem relação direta com a cor da pele, na execução de suas tarefas.⁷⁶ A hipótese do branqueamento da população também ganharia inúmeros adeptos, assim como uma visão otimista da mistura das raças, reunida em *Casa Grande e Senzala*, de Gilberto Freyre, de 1933.

Mestiços ou não, os grupos populares exigem para si o reconhecimento enquanto atores políticos.⁷⁷ Com o desenvolvimento do mercado cinematográfico no Rio de Janeiro, a questão recai sobre a interação com esse bem simbólico: fora das identificações como “massa” ou como “eruditos”, dar-se-á o consumo cultural da mesma maneira entre as diferentes classes sociais?

⁷⁵ GARCIA-CANCLINI, Néstor. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999. p. 15.

⁷⁶ ALMEIDA, Cláudio Aguiar. *O cinema como “agitador de almas”*: Argila, uma cena do Estado Novo. São Paulo: Annablume, 1999. pp. 129-133.

⁷⁷ Adota-se aqui o conceito de classes populares a partir da obra de E. P. Thompson, para o qual *classe* é entendida enquanto um fenômeno histórico, resultante de experiências comuns, em grande medida determinadas pelas relações de produção compartilhadas. THOMPSON, Edward Palmer. *A formação da classe operária inglesa – a árvore da liberdade*. vol 1. 2ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987. pp. 09, 10.

1.3. Os Cinemas do Rio e Seus Públicos

“Fazer a avenida” era uma frase corrente na época. A influência do cinema na vida social da cidade era sentida nos jornais, que já empregavam “os vocábulos *fitas* ou *fiteiro* como sinônimos de *fingimento* e *fingido*”.⁷⁸ A inserção do cinema no cotidiano é consequência do processo de urbanização que atingiu as parcelas da sociedade de maneira desigual, principalmente trazendo para o centro da cidade aqueles que não tinham por hábito freqüentá-lo assiduamente.

Paschoal aproveitou-se de uma cidade que estava em expansão. Expandia e melhorava urbanisticamente, crescia a oferta de transporte e crescia também a população. Esta cidade estava ávida por novas formas de lazer, dos quais não somente a burguesia deveria desfrutar, mas, aos olhos de Paschoal, todos os habitantes que tivessem um mínimo de recurso disponível.⁷⁹

A esfera de convivência pública passa a ser ampliada pela substituição da iluminação à gás pela eletricidade, por volta de 1905, e pela implantação de linhas de bonde com tração elétrica, a partir de 1894, ligando o centro aos bairros mais privilegiados.⁸⁰ Políticos, mas também intelectuais são cativados pelos filmes. A imagem das “diversões públicas” desvincula-se da noção de um divertimento barato em local duvidoso e passa a incluir salas requintadas, freqüentadas por mulheres e crianças. Para a mudança de costumes também colaborou a transformação física dos espaços destinados à projeção cinematográfica, construindo-se salas mais confortáveis e elegantes. Essa, inclusive, era a propaganda das salas, conforme narra Araújo sobre o ano de 1910:

A maioria dos cinemas alardeava seus atributos ou qualidades principais nos anúncios. O cinema Pathé dizia ser o “único estabelecimento deste gênero nesta Capital que possui a cabine completamente de ferro, que impede absolutamente qualquer desastre de incêndio”, ou ainda, “vendem-se fitas nacionais e estrangeiras dos melhores fabricantes”, e mais: “o salão de maior luxo e conforto para exibições cinematográficas do Rio de Janeiro. O Ideal proclamava ser “o mais *chic* dos cinemas”. E o Ouvidor garantia ser o “único agente no Brasil da Ítala Film, de Torino e da Biograph, de New York”. O Odeon divulgava: “Vendem-se e alugam-se

⁷⁸ ARAÚJO, op. cit., p. 213.

⁷⁹ MARTINS, William de Souza Nunes. *Paschoal Segreto: “Ministro das Diversões” do Rio de Janeiro (1883-1920)*. Dissertação em História, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2004. p.43. Paschoal viria a falecer em 22 de fevereiro de 1920.

⁸⁰ LIMA, op. cit., vol 2, p. 115 e 117.

programas de fitas francesas, italianas e americanas”, e mais, “grandes concertos, audição pelo *Auxitophone*”. (...)

Os filmes de gênero livre, as fitas proibidas para menores e senhoritas, tinham seu público no Pavilhão Internacional (...).⁸¹

A manutenção da moralidade nas casas de diversão destinadas às famílias era uma preocupação também presente nas vistorias policiais às salas de exibição. No questionário de vistoria dos cinematógrafos, constava a nota: “na sala de espetáculos e suas dependências, existem anúncios ofensivos à moral e bons costumes ou que se refiram a moléstias ou incômodos secretos ou repugnantes?”. Os demais quesitos para liberação de funcionamento, em 1923, eram: oferecer condições de higiene; situar-se em andar térreo e com materiais incombustíveis; ter acesso às portas de saída; proteger a localização do maquinário; manter espaço entre as poltronas e corredores; cubagem de ar; dotar-se de aparelhos sanitários, comunicação telefônica com Central de Polícia e Corpo de Bombeiros, extintores de incêndio e registros d’água, além de armazenamento adequado das películas e registro tanto do tipo de projeção quanto das condições gerais do prédio.⁸²

A partir de 1907, em pleno momento de ascensão da cinematografia brasileira, a expansão das salas fixas de projeção foi impulsionada pela construção de linhas de transmissão de energia elétrica da recém inaugurada Usina de Fontes, no Ribeirão das Lages.⁸³ Alice Gonzaga aponta um salto no número de salas de exibição em funcionamento na cidade de nove, em 1906, para trinta e seis em 1907, permanecendo em franco crescimento até o ano de 1910, quando chega a setenta e duas salas. O quadro abaixo ilustra esse crescimento nas duas primeiras décadas do século:

⁸¹ ARAÚJO, op. cit., p. 321.

⁸² “Licença ao chefe de Polícia do Distrito Federal, Gen. Manuel Carneiro Lopes Fontoura, 2ª Delegacia Auxiliar de Polícia”. Casas de Diversão, 1923. Fundo Ministério da Justiça e Negócios Interiores (GIFI), Arquivo Nacional.

⁸³ A relação entre a instalação das salas com a expansão da rede elétrica no Rio de Janeiro é apontada por: GOMES, op. cit., p.23. Sobre as mudanças causadas pela eletrificação na cidade, ver: WEID, Elisabeth von der. “A interferência da eletrificação sobre a cidade: Rio de Janeiro (1857-1914).” *Anais do V Congresso Brasileiro de História Econômica e VI Conferência Internacional de História das Empresas (ABPHE)*. Caxambu, MG, 07 à 10 de setembro 2003. (Anais em CD-ROM).

1. Dados acerca das salas de exibição cinematográfica em funcionamento na cidade do Rio de Janeiro (1904-1919)

| Ano | salas em funcionamento | salas abertas durante o ano | salas fechadas durante o ano |
|------|------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| 1904 | 4 | - | - |
| 1905 | 6 | 2 | 2 |
| 1906 | 9 | 5 | 5 |
| 1907 | 36 | 31 | 11 |
| 1908 | 43 | 20 | 18 |
| 1909 | 56 | 31 | 16 |
| 1910 | 72 | 35 | 30 |
| 1911 | 70 | 27 | 23 |
| 1912 | 63 | 8 | 10 |
| 1913 | 58 | 8 | 13 |
| 1914 | 64 | 14 | 8 |
| 1915 | 72 | 9 | 1 |
| 1916 | 74 | 10 | 6 |
| 1917 | 79 | 7 | 2 |
| 1918 | 79 | 6 | 6 |
| 1919 | 80 | 9 | 8 |

(Fonte: GONZAGA, Alice. *Palácios e poeiras...*, op. cit., p. 337)

Percebe-se um crescente aumento no número de salas até o ano de 1911. Com exceção do ano de 1912, 1913 e 1918, o número de salas abertas é sempre maior que o de salas fechadas. Porém, esses dados também apontam para uma certa instabilidade no setor, com grande percentual de espaços que não se mantêm por períodos prolongados. Outra constatação é que a Primeira Guerra Mundial, apesar de ter afetado a importação de películas, não influenciou na abertura de salas na cidade, conforme se observa no quadro acima. Esse é o período em que os produtores norte-americanos assumem a distribuição de películas na América Latina e no Japão, além de seu mercado interno. A grande expansão nos anos subsequentes também se alimenta do enfraquecimento do cinema europeu no pós-guerra. No Brasil, o período é pouco produtivo, caracterizado por poucos filmes de ficção (cerca de sessenta títulos) com temas patrióticos e adaptações de obras da literatura nacional. Os exibidores brasileiros que, até meados de 1912, financiavam a produção de alguns filmes, passam a representar os grandes estúdios estrangeiros, que abrem escritórios pelo país. Entretanto, são revelados inúmeros novos diretores brasileiros, como Antônio Leal, Paulino e Alberto Botelho, José Medina, Victorio Capellaro, Luiz de Barros, Silvino Santos, Henrique Pongetti e Francisco Santos, que dará início ao chamado “ciclo de Pelotas”, no Rio Grande do Sul.

De acordo com Alice Gonzaga, a evolução urbana do Rio de Janeiro, com baixa densidade habitacional no centro e expansão recente no sentido Praça XV-Zona Sul, não reflete a evolução do meio exibidor.

O sentido depreendido dos dados coletados indica o centro como pólo original, mas por pouco tempo. Em seguida e quase que simultaneamente, ocorreram a expansão geográfica indiscriminada das salas de exibição e sua hierarquização em função da idéia de circuitos ou linhas de exibição. A conseqüência natural desta forma de organização interna do setor se traduz em privilégios de lançamento para os bairros ou regiões economicamente mais rentáveis. Com o tempo e a retração de uma parte do meio, foram estes “pontos” que cristalizaram a estrutura básica da exibição na cidade.⁸⁴

A Estrada de Ferro Central do Brasil e a Leopoldina Railways tiveram um importante papel na difusão do cinema para além da área central da cidade. Seguindo o traçado das linhas férreas, no começo do século XX, consolidaram-se núcleos suburbanos em cujos entornos se estabeleceriam pólos exibidores, como os de Madureira, Méier, Bonsucesso, Olaria e Penha.⁸⁵ Posteriormente, essa função foi reforçada pela construção de vias para autos e na difusão do transporte público por bondes, facilitando o deslocamento da população entre os bairros periféricos.

No final do século XIX, a cidade, fora do centro comercial, está dividida em áreas aristocráticas e populares. Copacabana e Botafogo já se configuram como bairros de elite e os subúrbios, por exemplo, Irajá e Inhaúma, como uma alternativa para as camadas menos favorecidas, muito embora a maior parte dos trabalhadores continuasse a residir no coração da cidade, amontoada em cortiços, casas de cômodos ou no fundo de quintal das pequenas fábricas e oficinas onde trabalham.⁸⁶

Em *A alma encantadora das ruas*, João do Rio conta a vida de uma cidade em transformação, na qual coabitam personagens e espaços que, ao mesmo tempo que sobrevivem, já não existem como antes.⁸⁷ Publicado pela Editora Garnier, em

⁸⁴ GONZAGA, *Palácios e poeiras...*, op. cit., p. 50.

⁸⁵ Idem, p. 49.

⁸⁶ ROCHA, Oswaldo Porto. “A era das demolições: cidade do Rio de Janeiro: 1870-1920”. Em: ROCHA, Oswaldo Porto. *A era das demolições: cidade do Rio de Janeiro: 1870-1920*. CARVALHO, Lia de Aquino. *Contribuição ao estudo das habitações populares*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Secretaria Municipal de Cultura, Departamento Geral de Doc. e Inf. Cultural, DGDI, 1995. pp. 41, 42. Consultar também: ABREU, Maurício. *A evolução urbana no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: IPLAN/Zahar, 1987.

⁸⁷ João Paulo Emílio Coelho Barreto nasceu em 05 de agosto de 1881, no Rio de Janeiro, e faleceu na mesma cidade em 23 de junho de 1921. Utilizou diversos pseudônimos – entre eles Claude, Joe, José Antônio José – mas foi como João do Rio, o mais conhecido deles, que assinou os livros que publicou. Jornalista e literato, destacou-se nos jornais *A Gazeta de Notícias* (1901-1915) e *O Paiz* (1915-1920). Foi eleito para a Academia Brasileira de Letras em 1910 e fundou a Sociedade Brasileira de Autores Teatrais, em 1917, sendo também seu primeiro diretor. *A alma encantadora das ruas* é uma coletânea de textos publicados anteriormente no jornal *A Gazeta de Notícias* e na revista *Kosmos*, entre 1904 e 1907. Sobre a relação entre a literatura e a sociedade nas crônicas de João do Rio, ver: SILVA, Fernanda Magalhães. *Cinematographo: crônica e sociedade na Belle Époque*. Tese de doutorado. Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2003.

1908, o livro foi um sucesso de vendas. Nele, a tradição e a modernidade se encontram nas reportagens sobre a vida no Rio de Janeiro, onde *outsiders* sobrevivem nas fronteiras desenhadas pelas reformas urbanas. São tatuadores, vendedores de livros, músicos ambulantes, pintores de tabuletas e velhos cocheiros convivendo em um ambiente que, se não determina o homem, influi em seu comportamento e em seu caráter. “Há de tudo — vícios, horrores, gente de variados matizes, niilistas rumaicos, professores russos na miséria, anarquistas espanhóis, ciganos debochados. Todas as raças trazem qualidades que aqui desabrocham numa seiva delirante. Porto de mar, meu caro!”.⁸⁸ Nas palavras de João do Rio, é a rua que faz o indivíduo e a partir dela também criam-se identidades:

As ruas são tão humanas, vivem tanto e formam de tal maneira os seus habitantes, que há até ruas em conflito com outras. Os malandros e os garotos de uma olham para os de outra como para inimigos. (...) Atualmente a sugestão é tal que eles se intitulam povo. Há o povo da Rua do Senado, o povo da Travessa do mesmo nome, o povo de Catumbi. Haveis de ouvir, à noite, um grupo de pequenos valentes armados de vara:

— Vamos embora! O povo da Travessa está conosco...⁸⁹

Gostos, costumes, opiniões políticas, hábitos, modos morais: na visão do cronista, a grande cidade tem o poder de “inocular-lhes misteriosamente”, suggestionar cada pessoa e imprimir-lhe características coletivas. É uma visão romântica, porém condizente com o pensamento das autoridades que implementavam as reformas. A geografia da cidade delimita também os tipos sociais urbanos. Tanto que, em determinado momento, o autor chega a afirmar: “Como estas meninas cheiram a Cidade Nova!”.⁹⁰ Este bairro surge em oposição à Cidade Velha colonial após a abertura do Caminho do Aterrado ou das Lanternas (mais tarde, Senador Eusébio) e será denominada de “Pequena África”. O próprio olfato do observador flâneur distingue estas meninas das que habitam a Haddock Lobo, onde proliferavam mansões e palacetes em uma área então ocupada por uma população abastada. Tal ambigüidade é salientada por Velloso quando afirma: “Oscilando entre o apreço pelas nossas tradições e um certo fascínio pelo progresso, João do Rio

⁸⁸ João do Rio. *A alma encantadora das ruas* [Livro eletrônico]. Rio de Janeiro: Biblioteca Nacional, 2002. p. 37.

⁸⁹ Idem, p. 08.

⁹⁰ Idem, p. 07.

acaba nos apresentando uma imagem bastante controversa do popular”.⁹¹ Apesar da inconstância ao registrar a mutação da “alma” dessas ruas, elas não recebem um veredicto negativo.

Com certo encanto, João do Rio observa a disseminação da publicidade e da “arte muda”. Para ele, o próprio gênero literário crônica era extremamente próximo à linguagem da cinematografia.⁹²

E na rua, que se vê? O senhor do mundo, o reclame. Em cada praça onde demoramos os nossos passos, nas janelas do alto dos telhados, em mudos jogos de luz, os cinematógrafos e as lanternas mágicas gritam através do *écran* de um pano qualquer o reclamo de melhor alfaiate, do melhor livreiro, do melhor revólver. Basta levantar a cabeça. As tabuletas contam a nossa vida (...).⁹³

Duas décadas mais tarde, o cinema já fora incorporado à vida do carioca, não apenas na Avenida e na Cinelândia, mas também em bairros mais distantes, como Olaria, Méier e Madureira. Domingos Vassalo Caruso, o principal exibidor nessas áreas, empenhou-se inclusive em proceder melhorias nas cercanias de seus estabelecimentos, como abertura e iluminação de ruas. Isso ajudava os negócios e indiretamente beneficiava os moradores, ficando conhecido como “benfeitor dos subúrbios”.⁹⁴

No conto *O Moleque*, Lima Barreto narra a vida de um menino negro e pobre em Inhaúma, que sonha assistir a uma “fita” na sala de cinema de seu bairro.⁹⁵ Zeca, o personagem do conto, observa com encanto os anúncios luminosos, mas não tem dinheiro para pagar o ingresso. Ele precisa ajudar sua mãe, Dona Felismina, entregando na casa dos clientes as roupas que ela lava; logo, também não pode estudar. O autor adota um olhar distinto de João do Rio ao descrever o subúrbio da cidade. A identidade de seus moradores não se prende às

⁹¹ VELLOSO, op. cit., p. 31.

⁹² SÜSSEKIND, Flora. *Cinematógrafo de letras: literatura, técnica e modernização no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987. p. 46.

⁹³ JOÃO DO RIO, op. cit., p. 35.

⁹⁴ GONZAGA, *Palácios e poeiras...*, op. cit., p. 117.

⁹⁵ BARRETO, Lima. *Histórias e sonhos* [Livro eletrônico]. Rio de Janeiro: Biblioteca Nacional, 2003. [1ª ed.: 1920]. Afonso Henriques de Lima Barreto nasceu no Rio de Janeiro em 13 de maio de 1881. Romancista e cronista, abandonou o curso de engenharia para sustentar a família. Trabalhou na Diretoria de Expediente da Secretaria de Guerra, militou na imprensa socialista com o semanário alternativo *ABC* e colaborou, entre outros, nos periódicos *Correio da Manhã*, *Gazeta da Tarde*, *Jornal do Commercio* e *Fon-Fon*. Em 1907, lançou a revista *Floreal*, que circulou por apenas quatro edições. Por duas vezes, candidatou-se à Academia Brasileira de Letras, mas não foi eleito. Faleceu em 01º de novembro de 1922.

conseqüências do ambiente sobre a moral, como pregava o discurso cientificista. Pelo contrário, exilado da modernização, como sublinha Velloso, configura-se em um núcleo mais autêntico, que resguarda as tradições de um povo brasileiro mestiço, mas que não é aceito pela elite.⁹⁶

Como todo bem de consumo, a disseminação do cinema como um hábito de lazer é dimensionada pelo poder aquisitivo da população. Para assistir a um programa no Cinema Theatro Central em 1926, por exemplo, era necessário desembolsar 3\$000 para as poltronas e 15\$000 para os camarotes. No anúncio do Cinema Íris Theatro, sala com capacidade de 1200 espectadores, os preços variavam entre 15\$000 nas frizzas e 1\$000 nos assentos gerais.⁹⁷ Para o mesmo ano, os salários mensais médios da Companhia Cervejaria Brahma variam entre trabalhadores das máquinas (558\$000), mestres de ofício (700\$000), biólogo (1:100\$000) e gerente (2:500\$000).⁹⁸ Ou seja, as salas do Centro estão longe da realidade da maioria dos bolsos assalariados da cidade.

Certamente, os preços das entradas eram mais baratos nas salas fora da Avenida e da Cinelândia. Um dos motivos principais é a diferenciação dos espaços lançadores, ou seja, aqueles nos quais ocorrem as estréias dos filmes que chegam à cidade. Uma cópia do longa-metragem importado é exibido no Rio de Janeiro em um cinema central e, paulativamente, circulava nas demais salas da cidade.⁹⁹

A expansão das salas exibidoras pelo subúrbio demonstra a demanda por esse entretenimento, mas também marca a diferenciação entre a ocupação dos bairros e regiões da cidade em relação ao hábito de freqüentar os cinemas na área central. A revista *Fon-Fon* observa uma peculiaridade no *footing* na Avenida:

⁹⁶ VELLOSO, op. cit., pp. 40, 41. Cabe destacar que a posição de Lima Barreto destoava da assumida pela maioria dos intelectuais de seu tempo. A redefinição do papel do escritor na sociedade durante a passagem do século XIX ao XX, com imersão específica na vida e obra de Lima Barreto, é contemplada pelo estudo: SEVCENKO, Nicolau. *Literatura como missão: tensões sociais e criação cultural na Primeira República*. 2ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

⁹⁷ *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, nº 52, 02/03/1926, p. 23. Anúncios.

⁹⁸ LOBO, Eulália. *Rio de Janeiro operário: natureza do Estado, a conjuntura econômica, condições de vida e consciência de classe, 1930-1970*. Rio de Janeiro: Acess Editora, 1992. pp. 94, 95.

⁹⁹ Para a cidade de Porto Alegre, verifica-se nas décadas de trinta e quarenta essa circulação de películas no sentido centro-bairro, com os filmes estreando nos cinemas principais e de ingressos mais caros para, gradativamente, serem exibidos nas salas periféricas pela metade do preço. A dinâmica de circulação dos alguns filmes entre as salas, bem como o perfil diferenciado freqüentador de cada casa, foi verificado pela seguinte pesquisa: CASTRO, Nilo André Piana de. *Cinema em Porto Alegre 1939-1942: a construção da supremacia*. Porto Alegre: Dissertação de Mestrado, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2002. p. 38.

Dá-se na avenida Rio Branco uma anomalia interessante: a preferência por uma das calçadas. Enquanto na do lado em que estão os cinemas, o trânsito é diminuto e fácil, na do lado oposto, mal se pode andar. Poder-se-ia alegar o fato de ser uma de sombra e outra de sol. Mas à noite e em dia de festas?

À noite, a dos cinemas só tem gente à porta desses estabelecimentos, ao passo que na outra, o movimento é sempre constante. Ainda mais, a população modesta, a gente descalça e mal vestida, procura sempre o lado dos cinemas; a parte elegante e *chic*, só vai pelo outro lado e quando se dirige para o oposto é para ir... aos cinemas.¹⁰⁰

Os cinemas, portanto, eram referência constante tanto para a população “descalça”, quanto para a *chic*. Ia-se à Avenida e aos cinemas, elaborando uma dinâmica de circulação que não escapou aos cronistas. A hierarquia entre os fregueses dava-se não apenas nos espaços destinados aos ingressos mais caros, mas era reforçada pelos trajes exigidos na área de primeira classe nos cinemas: como traje social, paletó e gravata para os homens e *toilettes*, chapéus e luvas para as mulheres.¹⁰¹ Assim, o poder aquisitivo, inclusive manifesto no vestuário, era fator claro de seleção, e pelo preço, configurava-se como o de radical exclusão nas salas centrais de exibição.

A população do Distrito Federal, em 1925, era em torno de 1.157.873 habitantes.¹⁰² Em 1926, ano em que se inaugura a circulação da revista *Cinearte*, o Rio de Janeiro contava com setenta e seis espaços dedicados à exibição de películas.¹⁰³ Destes, trinta localizavam-se no Centro, ou seja, 39,47%. Em alguns bairros, observa-se uma concentração maior de salas, como no caso dos seis cinemas estabelecidos na Tijuca (ou seja, 7,89%), bem como em Copacabana e Piedade, com três salas cada um. Os bairros de Botafogo, Catete, Madureira, Méier, Olaria, Vila Isabel, Riachuelo, São Cristóvão e Rio Comprido contavam com duas

¹⁰⁰ Revista *Fon-Fon*, Rio de Janeiro, nº 34, 24/08/1912, APUD ARAÚJO, op. cit., pp. 402, 404.

¹⁰¹ GONZAGA, *Palácios e poeiras...*, op. cit., p. 86.

¹⁰² Recenseamento Geral do Brasil, 01º de setembro de 1940. Série nacional, volume II. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

¹⁰³ Os dados apresentados nos quadros a seguir foram compilados a partir da listagem transcrita entre as páginas 267 e 337 de: GONZAGA, *Palácios e poeiras...*, op. cit. Porém, o livro traz um quadro comparativo que apresenta, para os anos de 1926 a 1942, uma quantificação diferente em relação aos dados apresentados na listagem. Desse modo, foram consideradas apenas as salas de cinema em funcionamento presentes na lista. Da mesma forma, foram consideradas as indicações dos bairros a partir dos endereços incluídos na listagem. Cabe destaca, ainda, que foram consultados os dados sobre situação cultural no Anuário Estatístico do Brasil dos anos de 1935 à 1940; porém, como os mesmos divergem sobre o número de estabelecimentos arrolados no Distrito Federal, optou-se pela listagem nominal apresentada no livro.

salas de exibição cada. As demais espalhavam-se pela cidade (ver Anexo 01). Pode-se verificar, no quadro abaixo, que a maior concentração de salas, além da região central, dá-se nos bairros do subúrbio. Elas eram duas vezes maior que o número de salas localizadas em Copacabana, Botafogo, Catete, Tijuca, Estácio e Ipanema. Os dados atestam a popularidade alcançada por essa forma de divertimento em cerca de três décadas.

2. Salas de cinema em funcionamento em 1926, de acordo com a localização.

| Área | número de salas de cinema |
|---|---------------------------|
| Cinelândia | 04 |
| Centro (demais regiões) | 26 |
| Subúrbio e áreas industriais | 31 |
| Bairros habitacionais nobres e classe média | 15 |

(Fonte: GONZAGA, *Palácios e poeiras...*, op. cit., p. 267-337)

Os cinemas da cidade também se sobressaem pelo seu tamanho. Algumas salas tinham capacidade de acomodar até mil e trezentos espectadores. Por exemplo, as quatro salas localizadas na Cinelândia, destacadas no quadro acima, somavam, juntas, em torno de 4.233 assentos. Com informações aproximadas do número de lugares de cinquenta e cinco dos setenta e seis cinemas em funcionamento no ano de 1926, pode-se observar que, majoritariamente, o circuito exibidor era composto por salas de médio e grande portes:

3. Capacidade das salas de cinema em funcionamento em 1926

| Lotação das salas de exibição | número de lugares |
|-------------------------------|-------------------|
| Até 400 lugares | 09 |
| Entre 400 e 800 lugares | 24 |
| Acima de 800 lugares | 22 |

(Fonte: GONZAGA, *Palácios e poeiras...*, op. cit., p. 267-337)

Analisando a abertura de noventa e cinco novas salas de cinema nos anos que vão de 1927 a 1942 (Tabela 4), observamos a predominância do subúrbio e das “áreas industriais”, onde surgiram cinquenta e um espaços no período, enquanto apenas trinta foram abertos na região central da cidade. Em média, são abertas 5,93 salas a cada ano, o que é um indicador de boa movimentação desse negócio. Os anos de 1928 e 1929 são excepcionais, com abertura de 14 e 13 salas, respectivamente. Até 1940, é para o subúrbio que o investimento em cinemas se volta. Percebe-se que, nos bairros residenciais, inexistiram novas salas até 1934. A partir desse ano, as iniciativas voltam-se para a região, porém são inaugurados, no período, apenas quatorze novos espaços.

Ana Mauad destaca o deslocamento do *footing* da Avenida para o passeio na orla de Copacabana, um novo bairro que, junto com a cidade de Petrópolis, vai se constituindo como um refúgio da classe dominante carioca:

Neste espaço, o uso de adornos, objetos de distinção e um vocabulário de expressões importadas produzem um outro sistema de moda que associava espaço urbano, natureza e objeto num novo código de representação social. Pois não exalta somente o panorama arquitetônico, a natureza – o mar, a areia e os morros – passa a ser relacionada ao conceito de civilização, à medida que é vivenciada de uma forma e não de outra.¹⁰⁴

Segundo a autora, as administrações municipais posteriores à Passos deram continuidade à hierarquização do espaço urbano, concentrando os benefícios nas regiões nobres da Zona Sul carioca, processo que se apenas rompeu no governo de Henrique Dodsworth (1937-1945).¹⁰⁵

Após o *boom* da primeira metade da década de vinte, o crescimento do número de salas no centro da cidade mantém-se estável, com média de 1,8 nova sala a cada ano. Apenas nos anos de 1931 e 1939 não foram inauguradas novas salas de cinema na cidade.

4. Abertura de salas de cinema, de acordo com a localização (1927-1942)

| Ano | Centro (Cinelândia e demais regiões) | Subúrbio e áreas industriais | Bairros habitacionais nobres e classe média | Total de salas abertas |
|-------|--------------------------------------|------------------------------|---|------------------------|
| 1927 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| 1928 | 3 | 11 | 0 | 14 |
| 1929 | 3 | 10 | 0 | 13 |
| 1930 | 1 | 1 | 0 | 2 |
| 1931 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 1932 | 4 | 5 | 0 | 9 |
| 1933 | 2 | 3 | 0 | 5 |
| 1934 | 1 | 2 | 1 | 4 |
| 1935 | 3 | 1 | 1 | 5 |
| 1936 | 4 | 2 | 2 | 8 |
| 1937 | 1 | 5 | 1 | 7 |
| 1938 | 2 | 5 | 2 | 9 |
| 1939 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 1940 | 0 | 3 | 2 | 5 |
| 1941 | 2 | 2 | 3 | 7 |
| 1942 | 3 | 1 | 2 | 6 |
| TOTAL | 30 | 51 | 14 | 95 |

(Fonte: GONZAGA, *Palácios e poeiras...*, op. cit., p. 267-337)

¹⁰⁴ MAUAD, op. cit., p. 18.

¹⁰⁵ Idem, p. 16 e 21.

Dessa forma, nos anos que abarcam a pesquisa, é claro o crescimento do mercado exibidor cinematográfico na cidade do Rio de Janeiro. A tabela abaixo ilustra sua evolução, ano após ano.

5. Salas de cinema em funcionamento na cidade do Rio de Janeiro (1926-1942)

| Ano | salas em funcionamento | salas abertas durante o ano | salas fechadas durante o ano |
|------|------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| 1926 | 76 | 5 | 4 |
| 1927 | 73 | 1 | 1 |
| 1928 | 86 | 14 | 5 |
| 1929 | 94 | 13 | 9 |
| 1930 | 87 | 2 | 1 |
| 1931 | 86 | 0 | 8 |
| 1932 | 87 | 9 | 8 |
| 1933 | 84 | 5 | 4 |
| 1934 | 84 | 4 | 0 |
| 1935 | 89 | 5 | 1 |
| 1936 | 96 | 8 | 3 |
| 1937 | 100 | 7 | 2 |
| 1938 | 107 | 9 | 2 |
| 1939 | 105 | 0 | 2 |
| 1940 | 108 | 5 | 6 |
| 1941 | 109 | 7 | 3 |
| 1942 | 112 | 6 | 2 |

(Fonte: GONZAGA, *Palácios e poeiras...*, op. cit., p. 267-337)

O ano de 1929 marca o final de um período de crescimento desse mercado: apesar de noventa e quatro salas estarem funcionando, treze destas inauguradas no mesmo ano, eleva-se o número de salas fechadas para nove, iniciando-se um período de instabilidade. No total, o número de estabelecimentos diminui entre 1930 e 1935, devido ao fechamento de espaços, especialmente em 1931 (ano em que nenhuma foi inaugurada) e 1932. Entre 1936 e 1938, observa-se que o número de salas de cinema em funcionamento volta a subir, por conta da inauguração de novos espaços e posto que a média das salas fechadas por ano mantém-se, com exceção do ano de 1940, quando volta a elevar-se para seis. Cabe destacar que no ano anterior, 1939, também não foi inaugurado nenhum novo cinema.

Nos anos entre 1926 e 1942, o cinema norte-americano confirma a sua hegemonia sobre o restante do mundo, dominando mercados que passam a se organizar para garantir a existência de sua própria cinematografia. Com o advento do filme sonoro, essa perspectiva torna-se cada vez mais distante, principalmente frente às grandes produções hollywoodianas e o investimento gigante em publicidade dessas películas. O cinema alemão organiza-se ao redor do aparelho estatal, porém com uma produção distante das obras primas do cinema mudo, sob

influência expressionista. A filmagem brasileira só começa a mostrar-se mais presente a partir de 1923, com o desenvolvimento dos ciclos regionais e a criação dos primeiros estúdios cinematográficos de peso.

Em 1942, último ano de vida da revista *Cinearte*, cento e doze salas de cinema funcionavam no Distrito Federal, cuja população havia subido para 1.764.141 habitantes.¹⁰⁶ A maior concentração de salas é no subúrbio, onde estão 48,2% dos estabelecimentos. Mas ainda se localizam na região central da cidade 29,46% dos cinemas, apesar de ser essa a área que menos cresceu em relação ao ano de 1926. No centro, apenas três salas novas foram abertas. Nesse período, a evolução do meio exibidor foi claramente mais direcionada para as demais áreas da cidade.

6. Salas de cinema nos anos de 1926 e 1942, segundo a localização.

| Área | 1926 | 1942 |
|---|------|------|
| Centro (Cinelândia e demais regiões) | 30 | 33 |
| Subúrbio e áreas industriais | 31 | 54 |
| Bairros habitacionais nobres e classe média | 15 | 25 |
| TOTAL | 76 | 112 |

(Fonte: GONZAGA, *Palácios e poeiras...*, op. cit., p. 267-337).

Em trinta anos, o mercado cinematográfico carioca expande-se em grande velocidade. A constituição do mercado de bens simbólicos aponta uma relação estreita com o que Miriam Hansen definiu como “mobilização estrutural do olhar”: a modernidade que se torna concreta no cinema e por meio do cinema, tanto de modo imagético quanto social, na emergência da tecnologia e do espetáculo.¹⁰⁷ Trens, fotografia, luz elétrica, telégrafo, telefone, museus de cera, lojas de departamento, exposições mundiais fazem parte de um novo tipo de interação humana, que junto com a reestruturação da *urbe*, alteram a condição de espectador – dentro e fora das telas.

É inegável, nesse turbilhão de novidades, o estabelecimento de uma indústria cultural nas grandes cidades do Brasil no período de consolidação dos núcleos urbano-industriais. Ao contrário de Renato Ortiz, que comparando com o

¹⁰⁶ Recenseamento Geral do Brasil, 01º de setembro de 1940. Série nacional, volume II. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

¹⁰⁷ HANSEN, Miriam Bratu. “Estados Unidos, Paris, Alpes: Kracauer (e Benjamin) sobre o cinema e a modernidade”. Em: CHARNEY, Leo; SCHWARTZ, Vanessa R. *O cinema e a invenção da vida moderna*. São Paulo: Cosac&Naify, 2001. p. 498.

quadro cultural europeu, localiza sua emergência ao final dos anos de 1940/1950, observa-se aqui claramente sua incidência já nos anos de 1920.¹⁰⁸

O impulso do cinema no Rio de Janeiro foi percebido por seus contemporâneos. A evolução da técnica era uma atração em si mesma ao final do século XX, quando os jornais comentavam, encantados, as impressões sobre os magníficos aparelhos, deixando as cenas projetadas em segundo plano.¹⁰⁹ Ao falar nas “origens literárias do cinema brasileiro”, Brito Broca destaca, dentre as reações dos literatos, as possibilidades vislumbradas por Olavo Bilac do cinema vir a revolucionar a imprensa periódica e diária. “Talvez o jornal do futuro seja uma aplicação dessa descoberta...”, escrevia em uma crônica de 1904, deleite para os espectadores de telejornais e internautas de hoje.

Talvez o jornal do futuro, para atender à pressa, à ansiedade, à exigência furiosa de informações completas, instantâneas e multiplicadas – seja um jornal falado e ilustrado com projeções animatográficas dando a um só tempo a impressão auditiva e visual dos acontecimentos, dos desastres, das catástrofes, das festas, etc.¹¹⁰

¹⁰⁸ ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira – cultura brasileira e indústria cultural*. 3ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1991.

¹⁰⁹ SÜSSEKIND, op. cit., pp. 39 e 40.

¹¹⁰ BILAC, Olavo APUD BROCA, Brito. *A vida literária no Brasil – 1900*. 2ª ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1960. p. 290.

Capítulo II. Nasce Cinearte, vida longa à Cinearte

Delinear a cartografia de Cinearte exige o conhecimento de suas formas, mas principalmente de seus nomes. Acompanhar as andanças do grupo da revista mostra a relação da arte cinematográfica com a cidade do Rio de Janeiro e esclarece a importância que o debate sobre a produção nacional ganha ao final dos anos vinte. Entre 1926 e 1942, vislumbra-se sua inserção no campo intelectual e artístico em formação no país, e a utilização das páginas da revista para louvar e questionar a Sétima Arte.

2.1 Imprensa e cinema: as revistas ilustradas e a sétima arte

A passagem do século marca a transição da pequena à grande imprensa no Brasil. As empresas jornalísticas substituem, aos poucos, os pequenos jornais de empreendimento individual ou de grupos, especialmente nas grandes cidades. Nelson Werneck Sodré aponta, como uma de suas conseq ncias imediatas, a redu o do número de periódicos em circula o.¹ Nessa fase, as empresas passam a firmar uma estrutura complexa de organiza o e a adquirir modernos equipamentos gráficos. Dentre as mudanças, o produto jornal passa a privilegiar a informa o, destacando matérias e reportagens jornalísticas, junto às colabora oes de cunho opinativo, tais como as críticas literárias. Incorporam-se novos g neros, como cr nicas e entrevistas. Divide-se o espaço do jornal em se oes especializadas por assunto e proliferam-se imagens através das ilustra oes, caricaturas e fotografias. A crítica cinematográfica ganha destaque  medida que se expande não apenas o número de espectadores, mas também o público consumidor de mercadorias relacionadas ao cinema, como as revistas.

Nesse contexto, irá surgir, em 1913, a revista brasileira *Cinema*, impressa em Paris, e que se destaca por publicar, além das fotos e de textos de divulga o,

¹ SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. 4^a ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999. p. 275. Observa-se uma sensível diminui o do número de periódicos quando comparados ao período anterior. Todavia, o número de novos títulos publicados ainda   bastante expressivo. Sobre a história do jornalismo impresso no país, ver também: BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica – história da imprensa no Brasil*. 4^a ed. São Paulo: tica, 1990.; RÜDIGER, Francisco Ricardo. *Tendências do jornalismo*. 2^a ed. Porto Alegre: Ed. da Universidade/UFRGS, 1998.

comentários sobre os filmes. Ela dura apenas um ano.² As distribuidoras também manterão publicações informando os espectadores das películas que chegam ao país. Antecedendo o surgimento de *Cinearte* no Rio de Janeiro, surgem os títulos: *A Fita* (1913), *Revista dos Cinemas* (1917), *Palcos e Telas* (1918), *Cine Revista* (1919), *A Tela e Artes e Artistas* (1920), *Telas e Ribaltas e Scena Muda* (1921) e *Foto-Film* (1922).³ Esse fenômeno é paralelo ao desenvolvimento da crítica nos jornais e nas revistas não cinematográficas.⁴ A *Klaxon* foi uma das primeiras a trazer considerações sobre a sétima arte.⁵ Nesse interesse, seria acompanhada por outras revistas modernistas, como *A Revista*, de Carlos Drummond de Andrade, publicada em Belo Horizonte entre 1925 e 1926, *Estética*, de Prudente de Moraes Neto e Sérgio Buarque de Hollanda, publicada no Rio de Janeiro em 1924 e 1925, *Revista Antropofagia*, de Raul Bopp e Antonio Alcântara Machado, publicada em São Paulo entre 1928 e 1929.

As revistas ilustradas desempenharam um papel importante no início do século XX. Enquanto o jornal privilegiava o fato jornalístico em suas páginas, o periódico abrigava desde banalidades mundanas até discussões e críticas mais engajadas. Elas também destacavam a arte cinematográfica em suas páginas, especialmente *Fon-Fon!*, *Careta* e a *Revista do Brasil*.⁶ O apoio e a divulgação do cinema começou nos jornais, como o *Correio da Manhã*, com Manuel Cravo Jr., o

² GARDNIER, Ruy; TOSI, Juliano. "Cronologia da crítica cinematográfica no Brasil". *Contracampo – revista de cinema*. nº 24. Publicação on-line: <http://www.contracampo.he.com.br/24/frames.htm> (capturado em: sexta-feira, 26 de dezembro de 2003, 10:07:48)

³ Localizamos referências a outros títulos, tal como *Cine Magazine*, porém, não encontramos quaisquer outros dados. Sobre a revista *Scena Muda*, existem dois trabalhos específicos: BENDER, Flora Christina. *A Scena Muda*. São Paulo: Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo, 1979.; QUEIROZ, Eliana. *A Scena Muda como fonte para a história do cinema brasileiro (1921-1933)*. São Paulo: Tese de doutorado, Universidade de São Paulo, 1981.

⁴ XAVIER, Ismail. *Sétima arte: um culto moderno*. São Paulo: Perspectiva, 1978. p. 135.

⁵ A *Klaxon – mensário de arte moderna* foi a primeira revista modernista do Brasil. Sua primeira edição foi publicada em 15 de maio de 1922. A revista era concebida como um órgão coletivo, sem hierarquias como diretor ou secretário, com os colaboradores acompanhando todas as fases de produção. Ela possuía conteúdos diversificados, publicando críticas de arte, ensaios, piadas, crônicas, poesia. Entre seus principais colaboradores, estão Mário de Andrade, Oswald de Andrade, Guilherme de Almeida e Sérgio Milliet. Circularam nove números de *Klaxon*, o último em janeiro de 1923. Ver também: DOYLE, Plínio. *História de revista e jornais literários*. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 1976.

⁶ A *Revista do Brasil* foi publicada em São Paulo entre janeiro de 1916 e março de 1925. Foram publicados 113 números do mensário, dirigido por Júlio de Mesquita, Alfredo Pujol e Luiz Pereira Barreto. Em maio de 1918, a revista é comprada por Monteiro Lobato. Nela eram publicados artigos de Arthur Motta, Amadeu Amaral, Mário de Andrade, Júlio César da Silva, Medeiros de Albuquerque, Roquette Pinto, Godofredo Rangel, Oliveira Vianna e Monteiro Lobato, entre outros. Posteriormente, a revista ressurgiu no Rio de Janeiro, com Assis Chateaubriand. Em: LUCA, Tânia Regina de. *Revista do Brasil: um diagnóstico para a (N)ação*. São Paulo, Ed. UNESP, 1999. pp. 46 e 54.

Jornal do Comércio, com Vasco Abreu e em *A Manhã*, com Vinícius de Moraes. Entretanto, é nas revistas que as colunas de cinema serão popularizadas. Tais dados ajudam a compor um quadro que ilustra o crescente desenvolvimento de um produto cultural bastante novo início do século XX.

É necessário fazer a distinção entre revistas e periódicos essencialmente literários, dos periódicos que abordam temáticas mais gerais. Além da ênfase maior na literatura que uns traziam também, podem ser identificados pelo menor público que cotejavam. Uma grande série de periódicos aparece no período no qual imprensa e literatura confundiam-se em uma só atividade; porém, há diferenças no perfil do periódico.

A crítica especializada em cinema marca presença desde cedo na década de 1920, com matizes diferenciados, como ressalta Ismail Xavier:

A Tela e Palcos e Telas são exemplos representativos de duas tendências e nos fornecem uma idéia do tipo de crítica existente no Brasil quando nos aproximamos de 1920. A cristalização e reelaboração dessas tendências virá com *Cinearte*. Estamos no período de formação daqueles que, na década seguinte, irão assumir posição de liderança na crítica de revistas (...).⁷

Xavier também chama a atenção para um fato que se concretizará no início da década de 1930: a importância de *Cinearte* devido ao sucesso de seus primeiros números. Isso ocorreu em função do papel da crítica de cinema, para além das resenhas de filmes e comentários sobre as produções, adicionando um caráter combativo, identificado especialmente no interesse diferenciado pela questão do cinema nacional.

Todavia, ao tomá-la como objeto de investigação histórica, essa pesquisa rejeitará a noção corrente de que, o que aqui vamos chamar de *pensamento cinematográfico crítico* desenvolveu-se, no país, pautado ora pela importação de idéias “do mundo desenvolvido”,⁸ ora pelas “idéias fora do lugar”,⁹ que explicariam o

⁷ XAVIER, op. cit., p. 135.

⁸ Para Ismail Xavier, o debate político aparecerá apenas na medida que os europeus passaram a se preocupar em proteger seus mercados cinematográficos frente à expansão norte-americana. Segundo o autor: “Longe de representar a iniciativa de um pequeno grupo que procura expor sua visão crítica, em nova arte ou em novos valores sociais, pondo no banco de réus um determinado mundo de exploração dominante da nova técnica, *Cinearte* é a manifestação integral e contraditória da industrialização triunfante e da colonização cultural”. Em: XAVIER, op. cit., p.173 e 178.

fracasso de uma cinematografia nacional. O propósito aqui foi acompanhar a constituição da revista *Cinearte* enquanto uma estrutura de sociabilidade, que reúne um grupo de intelectuais-artistas para construir, organizar e propagar as suas idéias, para além de copismos simplistas.

O desenvolvimento das artes gráficas no Brasil contribuiu para a proliferação das revistas ilustradas. A possibilidade de portar gravuras e fotografias, combinadas ao texto, ampliou as formas de mostrar e registrar a vida cotidiana. Em janeiro de 1904, é lançado o primeiro número de *Kosmos*, uma revista de circulação mensal, colorida, em formato grande, e impressa em papel couché. Era dividida em seções de prosa, poesia, crítica, história, sociologia, geografia, matemática, noticiário, publicidade, diplomacia, engenharia, matéria militar. Foram publicados sessenta e quatro números entre janeiro de 1904 e abril de 1909. Seu primeiro diretor foi Mário Behring (1876-1933), que se afastou em abril de 1905, quando o proprietário Jorge Schmidt (1870-1926) assume também a direção.¹⁰

Behring deixa a direção da revista *Kosmos* alegando sobrecarga de trabalho, mas segue como colaborador com artigos sobre História do Brasil, com destaque para os trabalhos sobre cultura negra, maçonaria, Inconfidência Mineira e bandeirantismo. Um deles, “A morte de Zumbi”, publicado em setembro de 1925, foi divulgado pela *Revista do Instituto Histórico Arqueológico e Geográfico Alagoano* em 1930.¹¹ Ele foi colaborador da revista *Careta*, também de Schmidt, como editor-

⁹ *História e cinema: uma imagem do Brasil nos anos 30*, tese de doutoramento de Sonia Cristina da Fonseca Machado Lino, busca compreender a formação da auto-imagem da nação através dos filmes realizados no período. Entre o cinema concebido pelos produtores das revistas e a película pronta reside, no seu entender, o vácuo entre o sonho e a frustração de um cinema apenas “possível”. O “fracasso” enquanto elemento explicativo crucial da análise de uma produção cultural não se sustenta. Ao vincular essa informação à avaliação qualitativa dos filmes produzidos, a autora remete ao estabelecimento de uma dependência em relação às idéias vindas do exterior. Ao retomar o debate da anterioridade do capitalismo e das idéias do liberalismo europeu durante o escravismo enquanto “idéias fora do lugar”, Renato Ortiz, principal referência teórica de Sônia Lino, cita o Roberto Schwarz em *Ao vencedor, as batatas* ao discutir a amplitude e influência da cultura popular de massa no Brasil. LINO, Sônia Cristina da Fonseca Machado. *História e cinema: uma imagem do Brasil nos anos 30*. Niterói: Tese de doutorado, Universidade Federal Fluminense, 1995.

¹⁰ DIMAS, Antônio. *Tempos Eufóricos: análise da revista Kosmos 1904-1909*. São Paulo: Ática, 1983. pp. 03 e 04.

¹¹ Mário Behring possui um livro intitulado “Emboadas”, mas não foi possível averiguar a relação da publicação com uma série de artigos publicados na revista *Kosmos* nos meses de setembro e novembro de 1907 e março de 1908. Os vinte e quatro artigos do autor foram publicados na revista entre os anos de 1904 e 1908.

interino, sob o pseudônimo de “Roux-Sô”.¹² Em 1919, assume, junto com o jornalista Álvaro Moreyra (1888-1964), a direção da recém-lançada revista *Para Todos...* O periódico pertencia a Pimenta de Mello, da Sociedade Anônima O Malho, e se localizava na Rua do Ouvidor, nº 164, possuindo sucursal em São Paulo, dirigida pelo Dr. Plínio Cavalcanti a partir de 1930. Além dessa revista, a Sociedade também editava os semanários *O Malho*; *Tico-Tico*, voltado para o público infantil; *Moda e Bordado* e *A Arte de Bordar*, para o público feminino; e *Ilustração Brasileira*, destacada revista de arte.

Nascido em Ponte Nova, Minas Gerais, em 27 de janeiro de 1876, Mário Marinho de Carvalho Behring frequentou o Colégio Pedro II, no Rio de Janeiro, e formou-se engenheiro agrônomo pela Escola Agrícola da Bahia, em 1896. Após alguns anos exercendo a profissão em Ponte Nova, transferiu-se para o Rio de Janeiro em 1901. São poucas as informações encontradas sobre sua trajetória. Segundo Paulo Emílio Salles Gomes, Behring dedicou-se aos estudos históricos ainda jovem e passou a comercializar sua atividade intelectual quando pobre, casado e com muitos filhos.¹³

Em 1903, é aprovado em primeiro lugar em concurso para amanuense (escrevente, copista) do quadro de funcionários da Biblioteca Nacional.¹⁴ É promovido a oficial em 1914 e a sub-bibliotecário em 1918. Através da Biblioteca, participa de um Congresso na área de Geografia, de comissões ligadas ao Ministério da Justiça e Negócios Interiores, e doa obras e periódicos ao acervo da instituição. Em 1920, é promovido a bibliotecário diretor da 2ª divisão e ministra, junto com Constâncio Antônio Alves, diretor da 1ª seção, inúmeros cursos na área de biblioteconomia, paleografia, história da literatura, entre outros. Em novembro de 1932, é exonerado, a pedido, do cargo de diretor geral, após um período de ausência no início do mesmo ano e com cerca de trinta anos de serviços à instituição.

Ao assumir a direção geral da Biblioteca Nacional, em 1924, Behring promove uma reforma em sua organização, contra a qual um grupo de funcionários se coloca

¹² Revista *Careta*, Rio de Janeiro, 15 de julho de 1911, nº 163.

¹³ GOMES, Paulo Emílio Salles. *Humberto Mauro, Cataguases, Cinearte*. São Paulo: Perspectiva, 1974. p. 295.

¹⁴ Informações a seguir consultadas em: *Anais da Biblioteca Nacional* – volumes 25 (1903), 38 (1916), 40 (1918), 43 e 44 (1920-1021), 45 (1923), 54 (1932) e 55 (1933). Consulta *online* realizada em www.bn.br/tesourosdabiblioteca em junho de 2004.

contrária. É aberta uma sindicância pelo Governo a fim de apurar irregularidades, mas nada foi encontrado. Mas Behring pede demissão do cargo de diretor e retorna à Seção de Manuscritos.¹⁵ Paralelamente às atividades profissionais, ele foi bastante atuante na maçonaria brasileira, ascendendo ao posto de Grande Comendador e Chefe da Grande Loja do Brasil.

Amigo de Lima Barreto, Mário Behring pertencia a uma geração de intelectuais chamados polígrafos: historiador, burocrata, jornalista, literato, crítico de cinema, etc. Ou seja, como destaca Angela de Castro Gomes, um intelectual-artista que “precisaria ser pensado sempre como um *doublé* de teórico da cultura e de produtor de arte, inaugurando formas de expressão e refletindo sobre as funções e desdobramentos sociais que tais formas guardariam”.¹⁶ Entretanto, chama a atenção a escassez de informações sobre Behring, diretor-fundador de três grandes revistas publicadas na capital da República: *Kosmos*, *Para Todos...* e *Cinearte*.¹⁷ Nas memórias de Álvaro Moreyra, por exemplo, não há qualquer menção a seu nome.¹⁸

Moreyra pertenceu ao grupo da *Fon-Fon!*, revista de humor fundada em 1907 por Gonzaga Duque, Lima Campos e Mário Pederneiras. Toda uma geração de intelectuais foi formada nessa revista, que tinha grande identificação com o simbolismo.¹⁹ Entre eles, o caricaturista Kalixto, Ronald de Carvalho, Felipe d’Oliveira, Olegário Mariano, Hermes Fontes, Homero Prates, Paulo Godoi, Rui Pinheiro Guimarães e Ribeiro Couto.

Mário Behring está entre eles, e ocupa a redação de *Fon-Fon!* do início de sua publicação até março de 1908, quando deixa a revista para dirigir *O Diário*, “a grande folha matutina que, em maio, sairá das oficinas já famosas de *Kosmos*”.²⁰ Contudo, circulam apenas quinze exemplares do jornal, entre 02 e 21 de maio de 1908. Behring, portanto, estava bastante ligado a esse ambiente da “República das Letras”, participando da rede de sociabilidade montada por esse grupo de

¹⁵ Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 15 de julho de 1933, nº 370, p. 05.

¹⁶ GOMES, Angela de Castro. *Essa gente do Rio... Modernismo e nacionalismo*. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1999. p. 13.

¹⁷ Um número significativo de informações biográficas pode ser encontrado em materiais de divulgação sobre a história da maçonaria no Brasil. Inclusive, existe uma loja maçônica com nome de Mário Behring na cidade de São Paulo.

¹⁸ MOREYRA, Alvaro. *As amargas, não...: lembranças*. 4ª ed. Porto Alegre: Instituto Estadual do Livro, 1990.

¹⁹ GOMES, *Essa gente...*, op. cit., p. 37.

²⁰ Revista *Fon-Fon!*, Rio de Janeiro, 21 de março de 1908.

intelectuais. Entretanto, percebemos um certo distanciamento do grupo, o que pode ser explicado pelas inúmeras atividades em que se engajava e pela maior ausência nos demais “fóruns” de encontro, como os cafés, as livrarias, os salões. É bastante provável que o emprego público junto à Biblioteca Nacional, que proporcionou a manutenção das suas atividades intelectuais e o trabalho com as revistas, também limitasse suas disponibilidades.

Após seis meses em circulação, *Para Todos...* passa a dedicar um espaço especial para o cinema, intitulado “Cinema Para Todos”. Além de diretor do periódico, Mário Behring é também seu redator cinematográfico – com o pseudônimo “O Operador”. Um espaço que, após cerca de cinco anos, passará a dividir com o repórter Ademar Gonzaga (1901-1978) a partir de 1923.

Adhemar de Almeida Gonzaga nasceu no Rio de Janeiro em 25 de agosto de 1901. Com interesse pelo cinema desde cedo, publica, entre setembro de 1912 e 1918, duzentos e sessenta e oito números do jornal que havia fundado, *Colombo*, manuscrito e ilustrado com caricaturas e desenhos de sua autoria, com comentários dos filmes lançados pela companhia cinematográfica dinamarquesa Nordisk, além de filmes brasileiros. O interesse pela caricatura o levou às primeiras colaborações com *O Tico-Tico*, revista voltada para o público infantil, fundada em 1910 por Luís Bartolomeu, também fundador de *O Malho*, e Renato de Castro (além da inspiração de Manuel Bonfim), e que contava com a colaboração dos principais caricaturistas da época.

Porém, muito antes, Gonzaga conhece Pedro Mallet de Lima (1902-1987) no Ginásio Pio Americano. Na escola, localizada no bairro carioca de São Cristóvão, também estudavam figuras como Di Cavalcanti, os irmãos Cyro e Luís Aranha, e o neto de Rui Barbosa, Armando.²¹ Pedro Lima nasceu no mesmo bairro de São Cristóvão, em 20 de setembro de 1902, filho de Honório Portella de Rosa Lima e Leopoldina Mallet de Lima, tendo parentesco com Aníbal Odália, o Barão de Mendonça.

Por volta do ano de 1917, eles formaram com alguns colegas o Clube do Paredão, cineclube do qual faziam parte Álvaro Rocha, Paulo Vanderley e Carlos Leal, que seguiria carreira na odontologia. Além dos auto-intitulados *Big Five*,

²¹ RAMOS, Lécio Augusto. “Adhemar Gonzaga”. Em: RAMOS, Fernão; MIRANDA, Luiz Felipe. (org). *Enciclopédia do Cinema Brasileiro*. São Paulo: Editora SENAC, 2000. p. 279.

também participavam dos encontros Luís Aranha, Herculino Cascardo, Gilberto Souto e L. S. Marinho. Paulo Vanderley, Álvaro Rocha, Gilberto Souto e L.S. Marinho integrarão, posteriormente, o grupo de redatores de *Cinearte*. A rotina do grupo, que não chegou a se organizar legalmente, consistia em encontrar-se todos os sábados no Cine Íris, ir ao Café Rio Branco e continuar as discussões dos filmes que assistiam junto ao paredão de pedra que separava a Baía de Guanabara da avenida Beira-Mar, segundo Gonzaga, “para não tomar balde d’água na cabeça”.²² Pedro Lima relembra os encontros:

Nosso ponto de reunião era o Cinema Íris. No Pátria, cujo ingresso custava duzentos réis e que mudava de programa três vezes por semana, obtivemos um desconto de 50%, pagando apenas cinco mil réis pela assinatura mensal. Depois, os “Big Five” (como nos intitulávamos) passaram a freqüentar salas mais caras (...).²³

Os animados e, pelo visto, acalorados debates alimentaram a paixão de rapazes, que tinham, em média, dezoito anos de idade. Por essa época, Ademar Gonzaga e Álvaro Rocha iniciaram a organização de um arquivo com informações sobre os filmes que assistiam. Das reuniões às páginas dos jornais e revistas, foi apenas um passo. Enviavam colaborações aos principais periódicos, assinando com pseudônimos inspirados nas grandes estrelas do cinema. É Lima comenta a situação da crítica cinematográfica nesse período:

Antes da revista *Cinearte* já existia uma crítica honesta e verdadeira, mas constituía a minoria. A praxe era a seguinte: o crítico escrevia no jornal e, ao mesmo tempo, era publicista de uma companhia cinematográfica, fazendo comentários de acordo com o valor comercial dos filmes e com o sucesso de bilheteria. Era mais uma promoção do que uma orientação para o público. Então, nosso grupo de fãs passou a enviar noticiário para a imprensa, tentando incrementar um ponto de vista puramente cinematográfico. *Palcos e Telas* tinha [Manoel] Cravo Jr., que dava um enfoque crítico às notícias. Em 1921, saiu o jornal *A Fita*, em que Amador Santelmo comentava cinema de uma maneira original: em apenas um versinho de quatro linhas.(...)²⁴

²² GONZAGA, Adhemar. *Depoimento ao Museu da Imagem e do Som*. Rio de Janeiro, 22 de agosto de 1974. Entrevistadores: Ernesto Sabóia, Gilda de Abreu e Jurandyr Passos Noronha.

²³ OLIVEIRA, Vera Brandão de. “Uma odisséia no tempo: Pedro Lima em *flashback*”. *Filme Cultura*, Brasília, nº 26, setembro de 1974, p.06. O Cinema Pátria foi construído em 1910 e localizava-se no Largo da Cancela, no bairro São Cristóvão.

²⁴ Idem, p. 08.

A crítica de cinema sofria uma forte pressão das companhias cinematográficas, que estabeleceram escritórios no Brasil para distribuição dos filmes ainda na década de 1910. Os comentários pessoais sobre as películas não eram vistos com bons olhos e eram comuns as ameaças de boicote ao material fotográfico e informativo das empresas, fundamental para o trabalho jornalístico, e até mesmo agressões físicas.²⁵

Na época em que ainda freqüentava a Escola Politécnica, o ingresso de Gonzaga na redação de *Para Todos...* ocorreu através da intercessão de seu padrinho, o comendador João Carlos de Oliveira Rosário, filho do Barão de São Francisco, Joaquim José do Rosário. O comendador tornara-se protetor de seu pai, João Antônio de Almeida Gonzaga, que começou a trabalhar em seu escritório aos catorze anos de idade e casara-se com sua filha, no final da década de 1880, enviuvando muito cedo. Ademar é filho de seu segundo casamento, com Alice Monteiro Guimarães. “O comendador detinha a concessão da exploração da loteria na cidade do Rio de Janeiro. A Companhia Nacional de Loterias do Brasil foi a base da fortuna que os Gonzaga usufruíram por longo tempo”.²⁶

Os bilhetes da loteria eram impressos nas oficinas da Gráfica Pimenta de Mello, de modo que o comendador possuía amizade com seu proprietário. As amizades de João Antônio Gonzaga tiveram outras influências na trajetória e mesmo na inclinação de Ademar Gonzaga pelo cinema. Amigo de Paschoal Segreto, João Antônio financiou os primeiros filmes do cômico Labanca,²⁷ que possuía um estúdio cinematográfico na rua do Lavradio, e ajudou a sustentar financeiramente as salas de exibição de Cruz Jr.. Este era o exibidor do Cinema Íris, onde, em 1923, Ademar trabalharia como publicista, criando anúncios de divulgação dos filmes em cartaz.

A possibilidade de criar uma revista autônoma sobre cinema ocorreu a partir do crescimento dessa seção no interior de *Para Todos...* Porém, não aconteceu sem conflitos: Pimenta de Mello achava que ainda não era o momento para uma revista nessa concepção. Ademar Gonzaga sai da revista e compra uma tipografia,

²⁵ Idem, p. 10.

²⁶ RAMOS, “Adhemar Gonzaga”, op. cit., p. 279.

²⁷ No início do século XX, Labanca era, como muitos dos futuros produtores e exibidores, comerciante de bilhetes de loteria e também possuía uma banca de *bookmaker*. Ver: ARAÚJO, op. cit., p. 158 e GONZAGA, *Palácios...*, op. cit., p. 36.

mesmo com oposição de sua família, que desfaz o negócio sem o consultar.²⁸ Mais tarde, Pimenta de Mello vai à casa de Gonzaga e decidem por levar à frente o projeto. De Mário Behring, Gonzaga recebeu uma advertência: “Olha Gonzaga, você vai levar muita pancadaria. Você não imagina o que vai levar. Mas aprenda. Eu já passei por isso e ainda estou passando”.²⁹

Em suas memórias, Ademar Gonzaga conta que, ao chegar à *Para Todos...*, não foi muito bem recebido por Behring, repórter cinematográfico e diretor da revista. Além de não acreditar em sua capacidade jornalística, ele afirma que Behring se opunha fortemente à publicação de qualquer nota sobre cinema brasileiro.³⁰ As poucas informações encontradas sobre Mário Behring são permeadas pela visão expressa nos depoimentos de Gonzaga: a impressão de um homem pouco flexível e bastante cético quando às possibilidades do cinema nacional. Mais de trinta anos mais velho que o restante do grupo de *Cinearte*, Behring já possuía uma trajetória reconhecida no meio intelectual antes se interessar pelo cinema.

Paulo Emílio destaca que Behring era “um espectador mais agudo do que a média do público e mais culto do que os fãs e cronistas habituais”.³¹ Crítico contundente do comércio cinematográfico brasileiro, defendia as possibilidades pedagógicas do cinema educativo, especialmente nos editoriais que escrevia, durante as viagens de Gonzaga aos Estados Unidos (em 1927, 1929 e 1932). Na lembrança de Pedro Lima, ele era o homem “que não me permitia escrever artigos falando mal de alguém, pois o leitor não paga para ler brigas pessoais”.³²

Pedro Lima cursa até o terceiro ano da Universidade Livre de Direito do Distrito Federal. Em 1919, participa do filme de Luiz de Barros (1893-1981), *Jóia Maldita*, como ator coadjuvante. Torna-se colaborador das revistas *A Fita*, *Palcos e Telas* e *Fon-Fon!*, assinando algumas matérias sobre cinema com os pseudônimos “Polar” e “Metchinikoff”, entre outros tantos. Em 1924, lança a seção “Cinema no

²⁸ GONZAGA, Adhemar. “Esboço para Minha Biografia”. Em: GONZAGA, Alice; AQUINO, Carlos. *Gonzaga por ele mesmo*. Rio de Janeiro: Record, 1989. p.16.

²⁹ “Adhemar Gonzaga. A retirada de um cineasta que já fazia cinema em 1920.” *O Globo*, Rio de Janeiro, 19 de outubro de 1976. Arquivo Funarte.

³⁰ GONZAGA, “Esboço para Minha Biografia”, op. cit., pp.15, 16.

³¹ GOMES, *Humberto Mauro...*, op. cit., p. 296.

³² OLIVEIRA, op. cit., p.18.

Brasil” na revista *Selecta*, que junto com o trabalho de Gonzaga em *Para Todos...*, é considerado o marco da primeira campanha realizada em prol do cinema nacional.³³

Gonzaga e Pedro Lima vão se tornar pólos de atração para os novos diretores que, de pontos diferentes do país, passam a se corresponder com os críticos em busca de conselhos, divulgação e sobretudo exibição dos filmes no Rio de Janeiro, o que selaria nacionalmente o reconhecimento desses trabalhos.³⁴

Através de ambas publicações, foram se estabelecendo contatos por todo o país, um diálogo entre produtores cinematográficos alimentado pela troca de informações, pela publicidade dada às películas nas revistas e pelo estímulo mútuo de criação do que Anita Simis chamou de uma “consciência cinematográfica nacional”.³⁵

Gonzaga e Lima, mais do Mário Behring, podem ser vistos como intelectuais que atuam como *mediadores culturais*, agentes cujo papel é estabelecer pontes entre diferentes grupos sociais e segmentos, permitindo a interação entre as visões de mundo.³⁶ É Jesús Martin-Barbero que irá propor um deslocamento do ponto de questionamento do processo comunicativo, como diz o próprio título de sua principal obra, dos *meios* para as *mediações*, recuperando o sujeito a quem a mensagem se destina também como um produtor de sentido, ativo nessa interação com os *media*. O estudo não se encerra no aparato midiático ou, como nesse caso, na revista em si. As práticas culturais que o envolvem, o cotidiano, são fundamentais para compreender as condições de produção e de recepção, as apropriações e resignificações que os atores envolvidos procedem na interação com o conteúdo e a forma das narrativas midiáticas.

As noções de *povo* e de *público massivo* são fundamentais na compreensão dos fenômenos da cultura contemporânea. Ao pensar a mediação de massa, Martin-Barbero destaca o peso dos processos políticos e sociais em toda a América Latina na constituição de faces culturais complexas, permeadas de uma *mestiçagem* na

³³ AUTRAN, Arthur. “Pedro Lima”. Em RAMOS, Fernão; MIRANDA, Luiz Felipe. (org). *Enciclopédia do Cinema Brasileiro*. São Paulo: Editora do SENAC, 2000. p. 326.

³⁴ SCHVARZMAN, Scheila. *Humberto Mauro e as imagens do Brasil*. São Paulo: Editora UNESP, 2004. p. 32.

³⁵ SIMIS, Anita. *Estado e cinema no Brasil*. São Paulo: Annablume, 1996. p. 89.

³⁶ VELHO, Gilberto. “Biografia, trajetória e mediação”. Em: VELHO, Gilberto; KUSCHNIR, Karina. (org). *Mediação, cultura e política*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2001. p. 20

qual misturam-se o indígena, o rural, o urbano, o folclore, o popular, o massivo.³⁷ Reconhecendo os meios de comunicação como “espaços-chave de condensação e intersecção de múltiplas redes de poder e de produção cultural”,³⁸ analisa a intervenção das linguagens e das culturas na constituição dos processos de formação do poder, reconhecendo sua dimensão simbólica.

O papel dos mediadores socioculturais – instituições e agentes culturais – passa a ser visto a partir das mediações históricas do comunicar, das suas transformações e no interior de um processo que lhe é próprio. Reunindo um grupo variado de articulistas, *Cinearte* iniciará seus trabalhos em março de 1926, já exercendo o seu papel de mediação entre os grupos ligados à área cinematográfica. Segundo o próprio Gonzaga, em seu esboço para autobiografia:

Desde os tempos de *Para Todos...*, o grupo que fazia a revista tentava por todos meios criar uma mentalidade cinematográfica. Mas, tratando-se de uma revista literária e de assuntos gerais, não era possível dar ao tema a extensão necessária e a profundidade desejada. Tivemos então a idéia de criar uma revista cinematográfica.³⁹

2.2 Três fases de *Cinearte*

A idéia de fazer da seção de cinema de *Para Todos...* uma publicação independente ganha apoio de seus editores e passa a ser planejada a partir de meados de 1925. Assim nasce *Cinearte*, publicada pela Sociedade Anônima O Malho, detentora do maior parque gráfico da época. *Cinearte* fica sob responsabilidade de Gonzaga e Behring. Em 03 de março de 1926, foi lançado seu

³⁷ MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. 2ªed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001. p.28

³⁸ Idem, p. 20. A dimensão da análise de Martín-Barbero abarca um questionamento rígido do posicionamento dos pesquisadores em relação à indústria cultural, que ele compreende também dentro de sua dimensão histórica: “Pensar a indústria cultural, a cultura de massa, a partir da hegemonia, implica uma dupla ruptura: com o positivismo tecnologicista, que reduz a comunicação a um *problema de meios*, e com o etnocentrismo culturalista, que assimila a cultura de massa ao problema da *degradação da cultura*. Essa dupla ruptura ressitua os problemas no espaço das relações entre práticas culturais e movimentos sociais, isto é, no espaço *histórico* dos deslocamentos de legitimidade social que conduzem da imposição da submissão à busca de consenso. E assim já não resulta tão desconcertante descobrir que a constituição histórica do massivo, mais que a degradação da cultura pelos meios, acha-se ligada ao longo e lento processo de gestação do mercado, do Estado e da cultura nacionais, e aos dispositivos que nesse processo fizeram a memória popular entrar em cumplicidade com o imaginário de massa”. pp. 139, 140.

³⁹ GONZAGA, Adhemar. “Esboço para Minha Biografia”, op. cit., p.16.

primeiro número, expressando a principal meta de seus elaboradores no editorial de inauguração:

Satisfiez-nos sempre a consciência do dever cumprido sem nos gloriarmos dos resultados obtidos. Isso que fazíamos, nas escassas páginas de uma revista consagrada a vários fins, com um programa que abrangia vários departamentos de publicidade, poderemos doravante fazer nas páginas desta revista, consagrada exclusivamente à causa da cinematografia. Reunir dentro das páginas de *Cinearte* quanto interesse aos leitores, seções amplas e variadas, contendo todos os informes úteis e agradáveis, hauridos aqui e fora daqui, em todos os mercados que suprem de filmes o Brasil, é agora possível: *Cinearte*, será, é o que desejamos, a indispensável leitura de todos os fãs do Brasil.⁴⁰

A proposta da coluna de lutar “pelo interesse dos seus leitores, indiferente a quantas hostilidades (e foram muitas) pelo caminho iam lhe seguindo” era a palavra mantida pela nova publicação. Para aqueles que “apreciam verdadeiramente o espetáculo cinematográfico” e “se interessam pelas cousas do cinema”, *Cinearte* alça o objetivo de, conforme afirma Gonzaga, “formar mentalidades cinematográficas”.⁴¹

Pugnamos sempre pelo saneamento dos programas oferecidos ao público. Nosso zelo jamais se arrefeceu nem arrefecerá nesse sentido. Tal a razão da nossa seção de crítica, tão malsinada 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 (...).⁴²

A atriz norte-americana Norma Talmadge foi o rosto escolhido para a capa da primeira edição, cujo preço era 1\$000 em todo o país, o que significava, aproximadamente, o preço de um ingresso em uma sala de cinema no subúrbio. A revista alcançou rapidamente sucesso de público. Ela chegou a atingir 250 mil exemplares em uma edição e, no final dos anos 1920, sua tiragem era de 60 mil exemplares.⁴³

⁴⁰ Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 03 de março de 1926, nº 01, p.03.

⁴¹ GONZAGA, “Esboço para Minha Biografia”, op. cit., p.16.

⁴² Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 03 de março de 1926, nº 01, p.03.

⁴³ STEINBERG, Sílvia. “Cinearte – a forma de um ideal”. Em: *Cinearte*. Seminário Centro de Pesquisadores do Cinema Brasileiro/Cinemateca do MAM-RJ, 1991. p.58.

Em parte esse sucesso se deve ao seu projeto gráfico, bastante inovador para a época. Entre outros recursos, contou com uma diagramação original e com novos equipamentos da gráfica Pimenta de Melo, fundada em 1845, que lhe permitiam, por exemplo, impressão em *offset* e reprodução, por rotogravura, de clichês triconômicos.⁴⁴

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 31X23 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, etc. Alguns números possuíam páginas em papel especial, que variam de quatro a doze em média, algumas contendo apenas anúncios publicitários. A contra-capas, assim como as páginas 02 e penúltima, também são a cores. Recheada de fotografias de atores e atrizes de cinema, *Cinearte* inspirava-se na revista norte-americana *Photoplay*, lançada em 1910 e que tinha por característica a alta quantidade de publicidade, ajudando a fomentar a indústria do *star system* norte-americano. Suas matérias versam sobre filmes, fofocas de Hollywood, salas de exibição, informações técnicas, detalhes de produções, legislação, crítica cinematográfica, além das campanhas que abraçava, como a pela isenção dos impostos para o filme virgem, pela implantação da censura federal e pela criação do cinema educativo.

Para completar a matéria traduzida e as reportagens enviadas por correspondentes especiais de Hollywood, havia as informações técnicas e econômicas vinculadas à produção, seja de um filme, seja de um período ou país, sendo freqüente a apresentação de dados quantitativos.⁴⁵

Chama a atenção na revista os anúncios de produtoras estrangeiras e, em grau menor, de salas de cinema. A revista conta com muitas páginas de fotos e descrição das películas, com fichas técnicas de filmes, além de matérias traduzidas e reportagens enviadas por correspondentes no exterior, especialmente em Hollywood (Ilustração I). Calcula-se, preliminarmente, que cerca de 80% da revista é dedicada ao cinema estrangeiro, quantidade que não se modifica até o final.⁴⁶ A vida pessoal dos atores de Hollywood é tema de inúmeras reportagens na revista.

⁴⁴ GONZAGA, *Gonzaga por ele...*, op. cit., p.37.

⁴⁵ XAVIER, op. cit., p.169

⁴⁶ Consultar: *Cinearte*. Seminário Centro de Pesquisadores do Cinema Brasileiro/Cinemateca do MAM-RJ, 1991.

Casamentos e divórcios são os temas favoritos, mas também é grande o destaque para os temas moda, beleza e comportamento. A partir de agosto de 1934, o cinema europeu ganha destaque nas páginas da revista com uma coluna própria: Europa.

O lançamento de *Cinearte* no mês de março não é fortuito: é o início da temporada nos cinemas. Janeiro e fevereiro não eram meses de grande frequência nas salas de exibição. Além do período de férias, o calor afastava o público de ambientes fechados. Em média, a revista conta com quarenta e quatro páginas.

São permanentes, nos dezesseis anos da revista, as seções dedicadas ao cinema brasileiro. São duas páginas no início da revista, cujo nome altera-se com o passar dos anos: “Filmagem Brasileira”, “Cinema Brasileiro”, “Cinema do Brasil” (Ilustrações II e III). Esse espaço é dedicado a comentários sobre estrelas do cinema nacional, aos filmes que estão sendo produzidos, às entrevistas com diretores e técnicos, a artigos variados sobre a política estatal para o cinema e sobre a problemática da indústria cinematográfica nacional. No dia 16 de fevereiro de 1927, Pedro Lima passa a assinar a coluna da qual será titular até a edição de 23 de abril de 1930, quando desliga-se da revista.

Se havia predominância do cinema americano, era porque ele, então como hoje, dominava. Mas o Cinema Brasileiro, com duas ou mais páginas, tinha destaque, tanto que aparecia logo a seguir ao editorial. *Cinearte* publicava críticas e notícias de todos os filmes exibidos no Rio de Janeiro, mesmo no mais longínquo subúrbio.⁴⁷

Esse é o caso da seção “A Tela em Revista”, que avalia os filmes que estréiam na cidade através de comentários e cotações. Álvaro Rocha é seu principal colaborador, presente em todas as edições da revista. Rocha, ou “A.R.”, integrou o Cineclube do Paredão e trabalhou como assistente em inúmeras produções da Cinédia, companhia cinematográfica que seria fundada por Ademar Gonzaga na década de 1930.

Ao lado de Álvaro Rocha, Paulo Wanderley (1903-1973), como assinava seus artigos, também colabora na seção “A Tela em Revista”. Antes de se dedicar ao jornalismo, Paulo Rondot Vanderlei trabalhou como bilheteiro do Cinema Pátria, ponto de encontro do Cineclube do Paredão, do qual fazia parte, junto com Rocha, Lima e Gonzaga. Inicia suas colaborações para *Palcos e Telas* em 1918,

⁴⁷ GONZAGA, “Esboço para Minha Biografia”, op. cit., p.16.

escrevendo para o *Rio Jornal* antes de ingressar em *Para Todos...*, sendo considerado um dos pioneiros da análise opinativa nas avaliações sobre cinema. Participa como figurante do filme da produtora Guanabara, *A capital federal*, dirigido por Luiz de Barros em 1923. Escreve o roteiro de *Barro Humano* em 1927 e, após a dissolução do grupo de *Cinearte*, é contratado pela Atlântida, empresa cinematográfica fundada no Rio de Janeiro em 1941.⁴⁸

Octavio Gabus Mendes (1906-1946), comenta os filmes exibidos na cidade de São Paulo, passando a assinar uma seção própria a partir de abril de 1928: *De São Paulo*. Nascido em Dourados, município de Ribeirão Bonito, interior do estado de São Paulo, “O.M.” diplomou-se bacharel em Ciências e Letras, mas começa a escrever sobre cinema em 1924, colaborando com *Para Todos...*, onde conhece Ademar Gonzaga. Em 1929, ele escreve e dirige o filme *Às Armas*, sobre um matuto que serve ao Exército em São Paulo e torna-se herói ao salvar o comandante do quartel. Octavio Mendes muda-se para o Rio em 1930, participa do argumento de *Ganga Bruta* e dirige *Mulher* para a Cinédia, em 1931. Abandona o cinema após dirigir *Onde a terra acaba*, em 1932, iniciando uma carreira de sucesso no rádio, fazendo comentários cinematográficos na Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. Retorna à São Paulo contratado pela Rádio Cruzeiro do Sul, trabalhando também na Record, Bandeirantes, Emissoras Associadas, sem abandonar suas colaborações em *Cinearte*.⁴⁹

A seção “Cartas ao Operador” publica as respostas das cartas enviadas pelos leitores. Aos cuidados de Waldemar Torres, muda seu título para “Pergunte-me Outra” em 1931, estando presente na revista até seu último número. Percebe-se que *Cinearte* circulava pelo país, visto que recebia cartas de variadas localidades: desde Belém do Pará, no extremo norte do país, até do interior do Rio Grande do Sul, como a cidade fronteiriça de Bagé.

A coluna “Cinema e Cinematographistas”, também presente já na estréia de *Cinearte*, fala de salas de exibição, exibidores e distribuidores tanto do Brasil quanto do exterior. O *Suplemento de Cinearte: informativo para o distribuidor e exibidor* é publicado entre agosto de 1934 a outubro de 1935 (nº 22-28). Como o nome diz, trata-se de informações pertinentes a distribuidores e exibidores no Rio de Janeiro e

⁴⁸ RAMOS, Lécio Augusto. “Paulo Vanderley”. Em: RAMOS; MIRANDA, op. cit., pp. 557, 558.

⁴⁹ RAMOS, Lécio Augusto. “Octavio Mendes”. Em: RAMOS; MIRANDA, op. cit., pp. 374, 375.

também em outras praças, como Porto Alegre, Salvador, São Paulo, Recife e Belo Horizonte.

A partir de 27 de outubro de 1926, a função de diretor-gerente de *Cinearte* transfere-se de Leo Osório para Antônio A. de Souza e Silva. O valor por assinatura da revista é de 48\$000, anual, ou 25\$000, pelo período de seis meses.

Os editoriais da revista raramente são assinados, assim como a maior parte das matérias publicadas (Ilustração IV). Seu conteúdo também é bastante heterogêneo, tratando desde fofocas hollywoodianas a ensaios sobre industrialização da produção cinematográfica brasileira. Dessa forma, fica difícil determinar de quem, especificamente, eles refletem a opinião: Behring ou Gonzaga? Segundo a *Enciclopédia do Cinema Brasileiro*,

Behring era o responsável pela página editorial, através da qual a revista se posicionava sobre temas fundamentais, como a implantação de uma censura federal, os aumentos abusivos dos preços dos cinemas, a defesa do cinema educativo, o incentivo às novas produtoras que iam sendo fundadas no Brasil, a discussão do papel que o Estado deveria exercer na atividade cinematográfica, entre muitos outros.⁵⁰

De toda a forma, considera-se que esses editoriais expressam a visão não apenas de seus diretores, mas de todo o grupo de *Cinearte*: Ademar Gonzaga, Álvaro Rocha, Gilberto Souto, Ignácio Corseuil Filho, J.E. Montenegro Bentes, Lamartine S. Marinho, Mário Behring, Octavio Gabus Mendes, Paulo Wanderley, Pedro Lima, Pery Ribas, Sérgio Barreto Filho e Hoche Ponte.

Novas seções aparecem na revista até 1932. Na edição de número 53, comemorativa de seu primeiro ano de aniversário, são inauguradas duas: “Um Pouco de Technica” (assinada por Raul de Toledo Galvão) e a seção “A Nossa Capa”, com fotos e informações sobre a personalidade que ilustra a capa do magazine. Outra seção, “Cinearte Jornal”, traz fotos de produções em documentário a partir de agosto de 1927.

Em maio de 1929, “Um Pouco de Technica” muda seu nome para “Cinema de Amadores”, sendo então assinada por Sérgio Barreto Filho (ou “Myself”), que é considerado um dos maiores conhecedores de técnica cinematográfica de sua

⁵⁰ RAMOS, Lécio Augusto. “Cinearte”. Em: RAMOS; MIRANDA, op. cit., p. 127.

geração. A partir de 1932, ele também será responsável pela seção “Cinema Educativo”, que publica artigos de educadores ao redor do mundo. Essas duas últimas seções passarão a ser publicadas alternadamente nas edições. A partir de 1938, Jurandyr Passos Noronha passa a assinar essas mesmas seções.

Cinearte foi a primeira revista do mundo a ter correspondente efetivo em Hollywood.⁵¹ Em julho de 1932, Gilberto Souto estréia a sessão “Hollywood Boulevard”, diretamente da Meca do cinema, enquanto L. S. Marinho, representante de *Cinearte* em Hollywood desde julho de 1927, continuará por algum tempo encaminhando matérias para a revista. Ambos participaram, junto com Rocha, Wanderley, Lima e Gonzaga, do Cineclube Paredão, mantendo esses laços com Gonzaga por décadas. De Portugal, J. Alves da Cunha escreve a seção “Cinema de Portugal” a partir de 29 de junho de 1932. Também da Europa, Gabrielle Stork envia colaborações diretamente de Paris, a partir de 1934.

Além dos correspondentes fixos no exterior, *Cinearte* também conta com um expressivo número de colaboradores, que enviam notas para a revista de inúmeras cidades do Brasil, principalmente de Recife (“M.M.”), Juiz de Fora (“Mary Polo”), Pelotas (“P.R.”) e Porto Alegre (“Fridolino Cardoso”). Também era comum que a revista publicasse artigos e reportagens veiculadas em outros jornais, tais como o *Diário da Noite* e *A Nação*.

A revista contou com quinhentos e sessenta e um fascículos, mas também foram publicados seis álbuns e quatro edições especiais.⁵² O *Cinearte Álbum* de 1927 é apresentado como se fosse o quinto *Álbum Para Todos...* e é uma coleção de retratos de celebridades do cinema mundial. Em suas páginas, afirma-se: “o progresso de um país mede-se pelo número de cinemas que ele possui e pelos filmes que apresenta ao mundo”. Na edição especial de setembro de 1927, o tema é o filme *O Rei dos Reis* (The King of Kings), do diretor Cecil B. de Mille, distribuído no Brasil pela Paramount. Na capa, está a atriz Dorothy Cummings.

Silenciosamente, em setembro de 1932, a revista, que circulava com 36 páginas, passa a custar 1\$500. Um novo aumento de preço acompanhará mudanças mais radicais: a partir da edição 359, em 15 de janeiro de 1933, sua periodicidade para a ser quinzenal, circulando sempre nos dias 01º e 15 de cada

⁵¹ “Gonzaga, um pioneiro”. *Filme Cultura*, Rio de Janeiro, nº 08, 1968. p. 60.

⁵² RAMOS, Lécio et alli. *Índice Cinearte*. Rio de Janeiro: Fundação Cinemateca Brasileira, 1989.

mês. Com o custo de 2\$000, a edição tem, nesse momento, quarenta e oito páginas, mantendo a mesma organização em seções. No entanto, o valor das assinaturas não se altera. No editorial, o esclarecimento:

O gênero especial desta revista e a necessidade que sempre nos orientou de torná-la cada vez mais interessante, dotando-a para isso de melhoramentos novos de sorte a corresponder às preferências do público, por um lado, por outro as deficiências de transporte em nosso país, fazendo com que constantemente os números das edições semanais cheguem em diversos pontos do país acumulados, dois e três a um tempo, obrigando o leitor a despesas duplicadas e triplicadas no caso de não querer perder a sua coleção iniciada, levam-nos a tomar a resolução que comunicamos passar *Cinearte* a bi-mensal em vez de hebdomadario, como até aqui.

Saindo nos dias 1 e 15 de cada mês conservará as suas seções habituais, ampliadas, e criará novas, à proporção das necessidades, de forma a trazer os nossos leitores sempre ao par do desenvolvimento da Cinematografia em todo o universo pelo texto e pela gravura.(...) ⁵³

Mais do que uma mudança na freqüência de publicação da revista, essa decisão marca o encerramento de uma fase dos assuntos ligados ao cinema brasileiro em *Cinearte*, cujo ápice esteve na transformação na maneira de escrever essa seção, realizada por Pedro Lima, que se tornou o primeiro repórter especializado no tema no Brasil.

Até 1927, Gonzaga acumulava as funções de editor e de responsável pela *Filmagem Brasileira*. Nesse momento, traz Lima para a redação, que passa a enfatizar a entrevista com atores e diretores em seus textos, a estabelecer um contato mais estreito com outros jornalistas cinematográficos e a valorizar a participação dos inúmeros colaboradores espalhados pelo país. Lima coleta dados para os seus artigos também nas viagens que realiza especialmente para essa finalidade, especialmente para São Paulo e Cataguazes, aproximando-se de realidades cinematográficas diferente das que conhecia no Rio de Janeiro.

Em abril de 1930, Pedro Lima foi demitido de *Cinearte* por Ademar Gonzaga. O grupo empenhava-se na produção de seu terceiro filme, intitulado *Saudade* (os dois anteriores foram *Barro Humano*, de 1927, e *Lábios Sem Beijo*, de 1929). Problemas nas filmagens, divergências estéticas e políticas entre Lima e Gonzaga

⁵³ Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 15 de janeiro de 1933, nº 359, p. 03.

provocaram não só a demissão, como também a dissolução do grupo e o fim do projeto.

Um mês antes, no dia 15 de março de 1930, Gonzaga fundara a Cinédia, iniciando a construção do primeiro estúdio cinematográfico brasileiro voltado ao cinema industrial. Com adiantamento de sua parte na herança de seu pai, ele adquiriu um terreno em São Cristóvão e iniciou o então batizado Cinearte Estúdio.

Após o rompimento, Pedro Lima é contratado pelos Diários Associados, ficando responsável pelas seções cinematográficas de *O Jornal*, *Diário da Noite* e *O Cruzeiro*, atuando na empresa até o início dos anos sessenta. Também trabalharia no Gabinete de Cinema do Serviço de Informação Agrícola do Ministério da Agricultura, a partir de 1929. Pedro Lima morre em 02 de outubro de 1987 na cidade do Rio de Janeiro.

Com a morte de Mário Behring, em 14 de junho de 1933, Ademar Gonzaga assume sozinho a direção da revista *Cinearte*. Perde-se, então, um contraponto importante nas leituras sobre o cinema no Brasil: Behring era favorável aos filmes de documentário, que permitiam que os brasileiros conhecessem o país onde viviam, com claro propósito educativo e realizado com baixos custos.

A nova fase traz também mudanças internas no periódico. Em 1933, duas novas seções são criadas: “Futuras Estréias”, que fala de filmes a estrear e que estão passando em outras cidades do mundo, e “Som”, sobre as novidades do cinema sonoro. Contudo, essa última experiência tem curtíssima duração.

A edição comemorativa nº 435, de 15 de março de 1936, marca os dez anos da revista. A data marca a estréia de uma nova seção chamada “Televisão”, por Hamilton Burns (Hoche Ponte). Porém, o mais interessante é destacar o seu tema: é uma seção sobre *rádio*. Cantores, orquestras, emissoras, fã-clubes, programação, humoristas, estrelas. Entre 1930 e 1937, são criadas 43 novas emissoras de rádio no Brasil, que ganham apoio de uma legislação que transforma o sistema de radiodifusão. Ele se torna mais potente e muito mais eficaz a partir de 1932. Além disso, permite-se a veiculação de anúncios nos programas radiofônicos, trazendo a expansão dessas empresas.⁵⁴ Além do título inusitado da seção, chama a atenção

⁵⁴ CALABRE, Lia. “Políticas públicas culturais de 1924 a 1945: o rádio em destaque”. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, nº 32, 2003, pp. 163, 164.

que a revista dedicada à cinematografia mantenha a coluna sobre radiodifusão até o seu último número, em julho de 1942. A cinematografia brasileira encontra-se em período frutuoso em meados dos anos de 1930 e o rádio começa a ganhar importância no cenário nacional. As estrelas do rádio vão para o cinema e a popularidade das películas nacionais aumenta ainda mais. Nada mais natural que o público leitor busque seus ídolos radiofônicos em *Cinearte*.

Em fevereiro de 1938, estréiam “Há Dez Anos”, lembrando episódios da história da revista, e “No Theatro”, dedicada à programação teatral da cidade. Paralelo ao destaque dado a outra mídia (o rádio) e outra forma de expressão artística (o teatro), o espaço do cinema brasileiro na revista decresce em quantidade e em qualidade.

A edição de número 536 possui capas iguais com datas diferentes impressas: dias 01º e 15 de junho de 1940. Sem qualquer notificação, a revista torna-se mensal, circulando no dia 15 de cada mês. O preço de capa sobe para 3\$000. As assinaturas passam a custar 35\$000 (anual) e 18\$000 (semestral). São inauguradas as seções “Para o Seu Archivo” e “Caras Novas”, entretanto, percebe-se diminuição no tamanho das colunas, apesar da revista passar para 52 páginas.

São transformações que ganham corpo nas edições no início de 1940. Apesar da manutenção de “Cinema Brasileiro”, as informações sobre o assunto estão muito difusas: desaparecem dos editoriais (quando são publicados editoriais), saem em matérias fora das páginas da seção, em resumos dos filmes produzidos, são comentados em “Televisão”. Há uma profusão de fotos em detrimento dos textos em toda a revista. Identificada como a terceira fase de *Cinearte*, esse é um período em que as informações sobre o cinema nacional perdem o foco inicial de promoção e elevação da filmagem brasileira.

Tal desagregação não possui qualquer ligação com a publicação do Decreto-Lei nº 300, de 24 de fevereiro de 1938, que regula a redução e isenção de tarifas alfandegárias para importação de papel, entre outros produtos. Através desse instrumento, foram reguladas as atividades de inúmeras casas editoriais, posto que garantia-se ou não a permanência de uma publicação através dessa concessão. *Cinearte* não sofreu esse tipo de retaliação; pelo contrário, subiu para 60 o número de páginas de sua edição nesse período. O registro de jornalistas, outro instrumento

legal, instituído pelo Estado a partir de 1939 para controle da imprensa, não operou, aparentemente, nenhuma retaliação na redação da revista.

Em junho de 1941, Ademar Gonzaga deixa a direção de *Cinearte*. Antônio A. de Souza e Silva, antigo gerente da publicação, assume, junto a Oswaldo de Souza e Silva. Posteriormente, Gonzaga explica sua saída da revista que idealizou:

Cinearte prejudicava muito a Cinédia. Diziam que em minhas críticas falava muito, mas a Cinédia era aquela porcaria. Então metiam pau na Cinédia e em seus filmes, porque em *Cinearte* eu falava dos outros filmes. (...)

E a Cinédia prejudicava muito a *Cinearte*. Diziam “Você não pode ser sério porque faz propaganda da Cinédia”.⁵⁵

Em fevereiro de 1942, Celso Kelly, educador e futuro presidente da Associação Brasileira de Imprensa, é anunciado como o novo diretor de *Cinearte*. Filho de Octávio Kelly (nomeado ministro do Superior Tribunal Federal em 1934 e Grão Mestre da maçonaria entre 1927 e 1932), foi um dos principais responsáveis pela organização dos Cursos de Comunicação Social no Brasil. Seu nome, entretanto, aparece como responsável em apenas dois números da revista, que em julho do mesmo ano, publicaria seu último exemplar.

Em carta a seus leitores os diretores Oswaldo e Antônio Souza e Silva informam a suspensão das atividades da revista enquanto não fosse resolvida a crise do papel, deflagrada pela participação do Brasil na Segunda Guerra Mundial e tendo conseqüências na navegação marítima. Do informe de uma pausa temporária, o texto abaixo se transformou na “saída de cena” de *Cinearte*:

Não desejando reduzir o número de páginas de um modo substancial, diminuir a tiragem ou empregar um material em desacordo com as nossas tradições e o gosto dos nossos leitores, preferimos suspender temporariamente a publicação de *Cinearte*, até que se normalize o fornecimento de papel à imprensa carioca.

Esperamos que essa pausa em nossa atividade não seja muito longa, mas, como é fácil de compreender, isso depende de fatores que se acham completamente fora de nossa vontade.(...)

Oxalá passe depressa a noite de angustia que amortalha a humanidade e venham novamente os dias de bonança, em cujo

⁵⁵ “Ainda sobre *Cinearte*” (janeiro de 1946). Em: GONZAGA, *Gonzaga por ele...*, op. cit., p. 38.

transcurso há tempo para o exercício normal de todas as atividades honestas.

Nesse dia, *Cinearte* estará novamente nas mãos dos seus leitores de sempre.⁵⁶

2.3. Os Reclames

*Ói nós aqui, Ói nós aqui
Hollywood fica ali bem perto
Só não vê quem tem um olho aberto*

*Ói nós aqui, Ói nós aqui
Hollywood é um sonho de cenário
Vi um pau-de-arara milionário*

*E eu que nem sonhava conhecer o tal Recife
Pobre saltimbanco trapalhão
Hoje sou mocinho, sou vizinho do xerife
Dou rabo-de-arraia em tubarão*

*Ói nós aqui, Ói nós aqui
Tem de tudo nessa Hollywood
Vi um índio cheio de saúde (...)*

*Ói nós aqui, Ói nós aqui
Camelôs, malucos e engraxates
Aproveitem enquanto o sonho é grátis*

*Quem há de negar que é bom dançar
Que a vida é bela, neste fabuloso Xanadu
Eu só tenho medo de amanhã cair da tela
E acordar em Nova Iguaçu (...)*

“Hollywood” – Chico Buarque

O crescimento de um público consumidor de produtos culturais, aliado à formação de um grupo especializado de produtores e de empresários, é um dos fenômenos que permite a constituição do mercado de bens simbólicos. No estudo de uma publicação periódica, como é o caso da revista *Cinearte*, o aspecto econômico de sua manutenção está diretamente ligado aos anúncios publicitários, posto que muito mais que as assinaturas ou a venda avulsa de exemplares, são eles que possibilitam a sua existência. Logo, no interior do campo intelectual e artístico, a negociação da autonomia dos agentes passa, necessariamente, pelo financiamento dessa estrutura que é a revista.

⁵⁶ “Cinearte aos seus leitores”. Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, julho de 1942, nº 561, p. 09.

Após traçar uma cartografia da sua organização formal e de apresentar seus principais atores, o enfoque aqui trabalhado encontra-se no binômio *quem* anuncia e *para quem* anuncia.⁵⁷ Para tanto, foram analisadas as edições de *Cinearte* publicadas nos meses de março de cada ano. A amostra escolhida procura fugir do período de férias, no qual, em geral, as estréias cinematográficas são minimizadas, e do mês de abril, ou seja, o início da temporada. Através da formulação de um instrumento específico para a coleta de dados dos anúncios, foram levantadas informações referentes aos produtos divulgados – dados do anunciante, quantidade de anúncios publicados por edição, tamanho e localização nas páginas da revista, segmento a qual estava vinculado.⁵⁸

Assim como as mudanças no *layout* das publicações, a possibilidade de utilização de fotografia e de outros elementos gráficos nas revistas, os novos recursos de impressão também permitiram que os anúncios publicitários ficassem bem mais complexos, explorando outras possibilidades de apresentação.

Por volta de 1875, segundo Ricardo Ramos, são publicados os primeiros anúncios ilustrados em jornais do Rio de Janeiro, desenhados pelo caricaturista das revistas *Mequetrefe* e *O Mosquito*. O jornal *O Mercúrio* (1898), que inicialmente era trimensal e dedicado apenas à publicidade comercial, publicava reclames produzidos por ilustradores como Julião Machado, Kalixto, Bambino e Belmiro de Almeida.⁵⁹ Porém, é só nas primeiras décadas do século XX que a propaganda realmente tem mais espaço. Em *Essa gente do Rio...*, por exemplo, Angela de Castro Gomes registra o início da organização e do crescimento da publicidade nos anos dez e vinte: “a propaganda que aumentava em periódicos, cartazes e até em anúncios luminosos, vendendo produtos os mais diversos e rendendo fama e dinheiro aos que a ela se dedicavam”.⁶⁰ A partir de 1913, começa a funcionar o primeiro escritório

⁵⁷ A análise do material publicitário de *Cinearte* poderia ser bem mais abrangente, mas o recorte visa contemplar a especificidade desta pesquisa, o que não impede o aprofundamento dessa mesma questão em trabalhos futuros. Logo, questões comumente colocadas em análises da publicidade, como o discurso homogenizador que carrega, a criação de necessidades de consumo ou a relação dos anúncios com as práticas cotidianas, ficarão de fora, posto que seria impossível uma análise correta e justa à dimensão desse objeto em apenas poucas páginas.

⁵⁸ A partir do levantamento de tais dados, foi constituído um novo banco de dados, formatado no programa SPSS for Windows, versão 9.0, com o total de 942 entradas, cuja análise apresentaremos na seqüência do capítulo.

⁵⁹ RAMOS, Ricardo. *Do reclame à comunicação: pequena história da propaganda no Brasil*. 3ª ed. São Paulo: Atual, 1985. pp. 16, 17.

⁶⁰ GOMES, *Essa gente...*, op. cit., p. 37.

profissional do ramo de publicidade no Brasil: “Publicidade Bastos Tigre”, do literato Manuel Bastos Tigre.⁶¹ Do mesmo modo, Ana Luiza Martins registra:

De fato, no impresso revista, textos e imagens – instrumentos da publicidade – reproduziram as transformações da virada do século, captadas por meio de recursos literários e gráficos, devolvidos ao público numa terceira dimensão, magnificando artigos, produtos, profissionais, estabelecimentos e serviços. Nesse propósito, conjuraram-se literatura, arte e técnica, estreitando o convívio e descobrindo novas linguagens.⁶²

A autora indica algumas revistas anunciadas por agências no ano de 1920. Entre elas, estão *Leitura Para Todos*, *Para Todos...*, *O Malho* e *O Tico-Tico*, ou seja, todas publicações da Sociedade Anônima O Malho.⁶³ Com *Cinearte*, não deve ter sido diferente. A importância da publicidade, para “obter freguesia” com o desenvolvimento comercial nos grandes centros urbanos, é destacado pelo artigo *Teoria e prática do anúncio*, publicado em junho de 1908 em *Leitura Para Todos*:

Não há melhor meio para conhecermos onde existem, à venda, os produtos e objetos de que carecemos. Muitas vezes, nem mesmo sabemos se carecemos do objeto; é o anúncio, é a reclame bem feita, que nos sugere a idéia da aquisição.⁶⁴

Tido como um recurso para expor-se no mercado aos olhos do consumidor, o reclame, além de estimular a concorrência, tinha, na concepção da época, a força de despertar novos desejos e gostos, mesmo quando se trata de um produto desconhecido. Como na frase atribuída a Joseph Goebbels, ministro da Propaganda e da Informação Pública do III Reich, uma mentira contada diversas vezes vale mais que uma verdade contada uma vez só.⁶⁵ Resumindo, uma das principais teses acerca da divulgação de idéias (ou de produtos) nesse período, partia da concepção de um processo de comunicação de fluxo único, no qual tudo o que é dito pelo

⁶¹ BALABAN, Marcelo (org.). *Instantâneos do Rio Antigo*. Campinas/SP: Mercado de Letras/Cecult; São Paulo: Fapesp, 2003. p. 17.

⁶² MARTINS, Ana Luiza. *Revistas em revista: imprensa e práticas culturais em tempos de República*. São Paulo (1880-1920). São Paulo: EDUSP/Fapesp/Imprensa Oficial do Estado, 2001. pp. 244, 245.

⁶³ Idem, p. 269.

⁶⁴ “Teoria e prática do anúncio”. *Leitura Para Todos*, Rio de Janeiro, junho de 1908, transcrito integralmente em *Propaganda*, São Paulo, nº 383, março de 1987. APUD TRUZ, Alice Dubina. *A publicidade nas revistas ilustradas: o informativo cotidiano da modernidade*. Porto Alegre – anos 20. Porto Alegre: Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2002. p. 26.

⁶⁵ Rees destaca essa frase em sua análise sobre a influência das técnicas de propaganda nazista nas campanhas eleitorais norte-americanas. REES, Laurence. *Vende-se política*. Rio de Janeiro: Revan, 1995.

emissor é absorvido, em sua mesma forma e conteúdo, pelo receptor da mensagem. Também conhecida como a teoria “bala-projétil”, quanto maior o número de vezes em que a mensagem for repetida, mais fácil da mesma ficar “incrustada” no sujeito.

Superada essa idéia do pós-Primeira Guerra Mundial, há, evidentemente uma dificuldade de se avaliar a dimensão do consumo dos produtos anunciados, assim como do próprio periódico. Mesmo no caso de produtos ditos *de massa*, o acesso ainda se dava de modo segregado, variando com o poder de compra de cada estrato social.

A análise dos anúncios não permite determinar sua recepção, as maneiras como foram digeridos ou recriados pelo público, mas nos aproxima dos elementos que lhes foram oferecidos pelo discurso publicitário – entre outros – e que compunham o conjunto de representações que, como num caleidoscópio, circulavam no espaço urbano.⁶⁶

A distribuição espacial dos anúncios nas páginas da revista segue um padrão pouco rígido. Eles se concentram, geralmente, nas páginas iniciais e finais da publicação. Essas eram as páginas impressas em folhas mais firmes, ao contrário do seu miolo, feito em papel jornal. Além disso, nem sempre essas primeiras folhas vinham numeradas. Em algumas edições, é possível encontrar, em muitas páginas da revista, frases curtas com identificação de produtos ou pequenos anúncios. No entanto, essa organização privilegiava a publicidade na ordem de leitura do periódico, pois era o primeiro e o último contato do leitor com o periódico.

No quadro abaixo, pode-se observar a variação no montante de anúncios veiculados ano a ano, durante a circulação de *Cinearte*. Para fins de análise, foi estabelecida uma média anual do número de anúncios publicados na revista a partir do levantamento do número de anúncios publicados nos meses de março de cada ano, entre 1926 e 1942. Para tanto, foi realizado um cálculo aritmético pelo qual a soma do número de anúncios publicados durante o mês de março de cada ano foi dividido pelo número de edições da revista daquele mês e daquele ano. Por exemplo, no mês de março de 1926, *Cinearte* veiculou 26 anúncios em 05 edições, chegando-se a uma média de 5,2 anúncios em cada número da revista no ano de 1926. Dessa maneira, chegou-se aos seguintes dados:

⁶⁶ PADILHA, Márcia. *A cidade como espetáculo: publicidade e vida urbana na São Paulo nos anos 20*. São Paulo: Annablume, 2001. p. 30.

7. Quantidade de anúncios publicados no mês de março na revista *Cinearte* – média entre edições (1926-1942)

| ano | número de anúncios no mês de março | número de edições | anúncios publicados (média) |
|------|------------------------------------|-------------------|-----------------------------|
| 1926 | 26 | 5 | 5,2 |
| 1927 | 94 | 5 | 19 |
| 1928 | 124 | 4 | 31 |
| 1929 | 74 | 4 | 18,5 |
| 1930 | 90 | 4 | 22,5 |
| 1931 | 36 | 4 | 9 |
| 1932 | 62 | 5 | 12,4 |
| 1933 | 32 | 2 | 16 |
| 1934 | 43 | 2 | 21,5 |
| 1935 | 42 | 2 | 21 |
| 1936 | 80 | 2 | 40 |
| 1937 | 55 | 2 | 27,5 |
| 1938 | 59 | 2 | 29,5 |
| 1939 | 60 | 2 | 30 |
| 1940 | 23 | 1 | 23 |
| 1941 | 22 | 1 | 22 |
| 1942 | 20 | 1 | 20 |

A análise do quadro indica um maior número de anúncios publicados no ano de 1936, quando a revista já se tornara bimensal. Contudo, é na primeira fase de *Cinearte*, ou seja, até 1932, que ela concentra a maior quantidade de anúncios publicados. No período de maior crescimento da revista, ela também possui maior capacidade de captação de anúncios, ou seja, de recursos financeiros para manutenção da publicação. Ainda assim, observa-se um declínio a partir do ano de 1931, momento de crise econômica e política no Brasil imediatamente após a Revolução de 1930, conjuntura que se manteria nos dois anos seguintes.

O destaque em número de anúncios é em 1928, um ano antes da crise que, se aparentemente não possuiu reflexos na abertura de salas de exibição na cidade do Rio de Janeiro, também pode ter influenciado na queda no número de anúncios nos anos imediatamente posteriores. Na terceira fase da revista, a partir de 1940, a soma de anúncios publicados, em comparação com anos anteriores, despencou em *Cinearte*, assim como a média de veiculação. Mesmo sem informações específicas sobre a tiragem do periódico, venda avulsa e assinaturas, esses são dados indicadores de seu declínio, cujo início da Segunda Guerra Mundial, em 1939, aponta o mesmo decréscimo, que permanece até o fechamento da publicação.

Porém, os dados sobre a quantidade de anúncios não expressam, isolados, uma variável tão significativa para essa análise. Importa também considerar o tamanho desses mesmos anúncios, através dos quais pode-se ponderar o seu peso para a publicação. Infelizmente, não foi encontrada a tabela de preços dos anúncios

de *Cinearte*. Contudo, para a revista *O Malho*, em 1906, então com tiragem de quarenta mil exemplares, o preço cobrado por linha de texto publicada era de 3\$000 e o valor da contracapa externa de 300\$000.⁶⁷

No quadro abaixo, o total de anúncios publicados nos meses de março de *Cinearte*, entre 1926 e 1942, foram reordenados a partir do seu tamanho. No levantamento, foram considerados os anúncios que ocupam uma página inteira da revista e os que ocupam metade da página. Os menores que essa medida não serão analisados no momento. Aquelas peças publicitárias veiculadas na contracapa, nesse cômputo, foram consideradas como anúncios de página inteira, posto que, em todos os números pesquisados, essa era a medida em que se apresentavam.

8. Quantidade de anúncios publicados no mês de março na revista *Cinearte*, segundo o tamanho (1926-1942)

| ano | página inteira | meia página | outros tamanhos | total de anúncios |
|-------|----------------|-------------|-----------------|-------------------|
| 1926 | 8 | 16 | 2 | 26 |
| 1927 | 29 | 22 | 43 | 94 |
| 1928 | 30 | 24 | 70 | 124 |
| 1929 | 14 | 20 | 40 | 74 |
| 1930 | 15 | 11 | 64 | 90 |
| 1931 | 14 | 2 | 20 | 36 |
| 1932 | 9 | 4 | 49 | 62 |
| 1933 | 9 | 2 | 21 | 32 |
| 1934 | 10 | 4 | 29 | 43 |
| 1935 | 7 | 6 | 29 | 42 |
| 1936 | 14 | 3 | 63 | 80 |
| 1937 | 7 | 2 | 46 | 55 |
| 1938 | 10 | 8 | 41 | 59 |
| 1939 | 12 | 3 | 45 | 60 |
| 1940 | 5 | 0 | 18 | 23 |
| 1941 | 2 | 1 | 19 | 22 |
| 1942 | 5 | 1 | 14 | 20 |
| Total | 190 | 129 | 623 | 942 |

Os grandes anúncios, no corpo da revista, somam 319 unidades, representando, aproximadamente, 34% das peças publicitárias veiculadas. São estes os espaços mais caros e também os mais valorizados da publicação. A partir deles, definem-se também os principais anunciantes da revista, que investem uma quantia mais alta de capital na divulgação de sua mercadoria junto aos leitores de *Cinearte* (ver quadro página 96).

⁶⁷ RAMOS, op. cit., p. 20.

Nos dois primeiros anos, são os anúncios maiores que predominam na revista. Entre anúncios de página inteira e anúncios de meia página, são 24 e 51 peças publicitárias em 1926 e 1927, respectivamente. Em 1928, essa situação se altera. No ano que concentra o maior número de anúncios publicados na revista, ou seja, 124 reclames, a maior parte deles são em tamanhos inferiores a meia página, que ocupam entre um quarto de página até pequenas linhas em fonte diferente, destacando apenas o nome do produto, o que pode ser considerado natural e um bom sinal de recepção do periódico. Nos anos subseqüentes, essa proporção se repetirá, com destaque para o ano de 1930, quando os anúncios menores representarão mais de 70% das peças publicadas.

O ano de 1933 marca uma nova fase da revista, que se torna bimensal. Segundo o quadro anterior, essa mudança não representa uma queda na média anual de anúncios publicados. Nesse ponto, 1931 mostra-se um ano atípico, com pouquíssimos anúncios veiculados (só 36 em todo o mês de março, maior apenas que em 1926, que, porém, é o primeiro mês de circulação da revista). Em 1936, observa-se um novo pico em quantidade de anúncios, igualmente com ampla predominância daqueles de tamanho inferiores à meia página, representando mais de 80% do total. Essa característica se manterá até o último ano de *Cinearte*, em 1942.

Pode ser observado, como um processo paralelo a essa diminuição quantitativa dos grandes anúncios na revista, uma diversificação dos anunciantes e dos produtos veiculados. Naturalmente, um exame mais detido sobre a publicidade em *Cinearte* deverá atentar a esse fenômeno. Nesse momento, porém, a análise deste conjunto será realizada a partir das características que permitam que sejam organizados segundo o segmento de mercado a que pertencem (Ilustração V).

No primeiro deles, foi agrupada a publicidade institucional, ou seja, os anúncios do grupo Pimenta de Mello, sociedade à qual pertence a revista *Cinearte* e na qual estão integradas as revistas – *A Arte de Bordar*, *Para Todos...*, *Ilustração Brasileira*, *O Malho*, *Moda e Bordado*, *Leitura Para Todos*, *O Papagaio*, *O Tico Tico*, *Anuário das Senhoras* e o próprio *Cinearte Album* –, almanaques, anuários, concursos literários, livros da editora “Publicações O Malho S.A.” e a livraria, localizada na rua do Ouvidor.

Os reclames ligados à área cinematográfica formam um grupo que se divide em material para as salas de exibição (cadeiras, *cinematógrafos*, importadores de aparelhos, etc), anúncios de filmes e de produtoras (em geral, as principais produções que hoje chamaríamos de *blockbuster* e o time de celebridades de cada estúdio cinematográfico), além de salas de exibição e agências distribuidoras das películas no Brasil (divulgando, além das qualidades dos espaços, a qualidade dos programas cinematográficos oferecidos).

Perfumes, sabonetes, remédios para emagrecer, para dor de garganta, sofás, vitrolas, meias, sapatos, escolas, esmaltes, cremes e móveis são anúncios freqüentes em *Cinearte*, o que evidencia a força dos produtos de higiene e beleza, medicamentos, vestuário e artigos para o lar. Da mesma forma, podem ser encontrados reclames oferecendo os serviços de profissionais liberais, como médicos e advogados, sem esquecer dos cursos de dança, das seguradoras e dos astrólogos. Na tabela abaixo, é possível visualizar o percentual que representa cada um desses segmentos na amostra dos anúncios analisados:

9. Segmentos de mercado dos anúncios publicados no mês de março na revista *Cinearte* (1926-1942) – representação percentual.

| | |
|------------------------|-------|
| Institucional | 34,8% |
| Higiene e Beleza | 25,1% |
| Medicamentos | 9,8% |
| Cinema | 7,6% |
| Serviços | 7,5% |
| Profissionais Liberais | 7% |
| Vestuário | 3,7% |
| Artigos para o Lar | 3,5% |
| Alimentos | 1,1% |

Os anúncios do grupo Pimenta de Mello são predominantes na revista, com 34,8% do total. Em seguida, estão os produtos ligados à beleza e higiene, com 25,1%. Somados os seus segmentos, o mercado cinematográfico responde por apenas 7,6% dos anúncios totais da revista.⁶⁸ Quantitativamente, um índice inferior ao de medicamentos, com 9,8%.

⁶⁸ Destacamos aqui que a edição especial com caderno dedicado exclusivamente à Paramount Pictures, publicada na edição nº 56, de 23 de março de 1927, não foi contabilizada, por se entender que é uma estratégia de *marketing* que demandaria um estudo específico, comparativo com os demais especiais, posto que se trata de um material distinto dos anúncios correntes, escolhidos na amostragem para traçar o perfil de *Cinearte* nesse trabalho.

Entretanto, e esse é o ponto a ser destacado, eles representam 23% dos anúncios veiculados de página inteira, atrás apenas da majoritária propaganda institucional – com 50% dos reclames dessa medida – e absorvendo 10% dos anúncios até meia-página, o que corresponde a um total de 33% dos grandes anúncios da revista. É clara, portanto, a importância desses anunciantes para *Cinearte*, devido ao investimento na compra de espaço na revista. No caso das produtoras e agências distribuidoras de filmes, há também a publicação de matérias pagas e resenhas de filmes.

Por outro lado, nada melhor que uma revista do ramo de cinema para dar visibilidade aos filmes ou salas de exibição. Entre os anunciantes, estão Francisco Serrador, pai da Cinelândia, divulgando a Companhia Cinematográfica Brasileira, os filmes do Programa Serrador (das produtoras Universal e Urania, alemã), aparelhos de projeção *Cinematógrafo* e as salas de exibição Odeon e Capitólio. Além dele, Marc Ferrez e Filhos, família que deteve a exclusividade da Pathé no Brasil nos anos de 1910 e cujo o pai foi um dos pioneiros da fotografia no país, comercializando os projetores Gaumont. Também anunciava o agente Leo Abran, divulgando o Diamond Programma nos cinemas Central, Íris, Ideal e Palais; as empresas John Juergens & Cia, Luiz Grentener, Zeiss Iron e Siemens, vendendo projetores e carvões específicos para os aparelhos; C. Bierkarck & Cia, especializada em poltronas para cinemas e teatros; os estúdios MGM, Paramount Pictures, 20th Century Fox, UFA, United Artist e Universal e as salas de cinema Plaza e Rex.

É interessante notar que, na amostra estudada, nenhum anúncio do segmento cinematográfico foi veiculado na contra-capas, espaço de destaque na publicação, colorida e provavelmente o mais caro espaço da revista. Os produtos que a ocuparam são os mais diversificados possíveis: os fortificantes Biotônico Fontoura e Nutrion; o dentífrico Odol; A Saúde da Mulher e Tônico Vinovita, medicamentos; Pixavon, sabonete para cabelos; as máquinas de escrever Remington e os rádios Potunswick; o Aperitivo das Selvas, a loja de tapetes Red Star, de artigos para casa, e a Companhia Imobiliária Nacional.

Os espaços publicitários com medidas inferiores à meia-página crescem em número em 1934, um ano após o ingresso na nova fase da revista. Ao mesmo tempo, a contracapa, o espaço mais privilegiado da publicação, parece não obter outro ocupante senão as propagandas institucionais da Sociedade Anônima O

Malho S.A.. Se foi reserva do espaço ou falta de investimento, não se sabe. Todavia, aí foram divulgadas pelo grupo as novas e diversificadas publicações para as quais o público de *Cinearte* seriam atraídos. Além dos já tradicionais *O Malho* e *Ilustração Brasileira*, atende-se ao o público feminino com *O Anuário das Senhoras de O Malho*, álbuns e coleções de *A Arte de Bordar e Moda e Bordado*, além de *Meu Livro de Histórias* e *Almanach d'O Tico Tico*, para o público infantil.

O estudo da publicidade veiculada em *Cinearte* possibilita uma aproximação com seu público-leitor. É possível, através dos reclames, conhecer seu padrão de consumo, gênero, linguagem que o atingia, etc. Da mesma forma, permite reconhecer quais anunciantes interessava ter seu nome e imagem ligados à publicação.

Néstor Garcia Canclini realiza, em *Consumidores e cidadãos*, um estudo sobre as mudanças nas formas de consumo ao longo do século XX. Associadas às capacidades de apropriação e de uso dos bens e dos meios de comunicação de massa, as formas de exercício da cidadania deixam de suprir as diferenças entre indivíduos em uma sociedade, cujo comportamento não se divide em irracional e supérfluo no ato de compra e político e racional no momento do voto.⁶⁹ Para o autor, “o consumo é um processo em que os desejos se transformam em demandas e atos socialmente regulados”.⁷⁰ A internacionalização do consumo, enquanto um símbolo de *status*, caminha paralela à construção de identidades e de diferenças que, paulatinamente, passam também a definir-se pelo poder de aquisição.

Tal internacionalização, observada em seus primórdios no período estudado, manifesta-se na grade de programação das salas de exibição, nos produtos da rua do Ouvidor, no material publicado nas revistas ilustradas, nos figurinos inspirados na moda francesa, na euforia descrita por Flora Süssekind sobre as novidades do início do século XX.⁷¹ Para Bourdieu, os bens culturais são produzidos no interior de um *universo de crença*, no qual “só podem funcionar na medida em que conseguem

⁶⁹ GARCÍA-CANCLINI, op. cit., p. 37 e 45.

⁷⁰ Idem, p. 83.

⁷¹ SÜSSEKIND, Flora. *Cinematógrafo de letras: literatura, técnica e modernização no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

produzir, inseparavelmente, produtos e a necessidade desses produtos por meio de práticas que são a denegação das práticas habituais da “economia”(...).”⁷²

Já em 1926, o ramo de medicamentos e os produtos ligados à higiene e beleza marcam forte presença em *Cinearte*. Junto com as atividades cinematográficas, ganham destaque na publicação pelos anúncios grandes e ilustrados, algumas vezes trazendo fotos, além das contra-capas externas, sempre coloridas. Nos anos de 1930, acentua-se, na revista, a publicidade voltada ao público feminino. São os produtos específicos vendidos para as leitoras, como um perfume ou um creme para o rosto, mas não só: artigos de vestuário, móveis, alimentação, medicamentos.

Mesmo as publicações de *O Malho S.A.* associam texto e imagem à consumidora mulher e mãe de família. Para ilustrar esse diagnóstico, observam-se alguns exemplos. Dentro do segmento de alimentação, alguns dos produtos encontrados são Edelweiss, marca de leite em pó, biscoitos Aymoré e Phosphatine, mingau para crianças. “Será que mamãe comprou?” é a frase que acompanha este último, que como os outros, fazem referências à imagem materna. A máquina de escrever portátil Olympia traz a chamada “Às jovens de hoje”. O mesmo serve para os reclames de artigos para o lar, vestuário e profissionais liberais, a maioria médicos especializados em “moléstias das senhoras”.

Ao mesmo tempo, os produtos de beleza feminina procuram vender a imagem almejada pelas mulheres leitoras da revista. Na foto do anúncio de Pasta Russa, creme para desenvolvimento e firmeza dos seios, há uma mulher de torso nu, de perfil e com os braços levantados, mostrando um dos seios. O reclame do creme depilatório Racé alerta: “O pêlo nas axilas, pernas, braços é um mal companheiro. A mulher moderna o detesta”. As referências dos padrões de beleza são, naturalmente, as estrelas de cinema.

O cinema foi conquistando especialmente o público feminino. Tanto nos filmes estrangeiros quanto nos nacionais – estes marcados por uma postura mimética em relação às produções americanas – a representação da personagem feminina enquanto mulher sedutora ou garota trabalhadora (*working girl*) independente impôs-se

⁷² BOURDIEU, Pierre. *A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos*. 2ª ed. São Paulo: Zouk, 2004. p. 30

progressivamente sobre o imaginário da sociedade brasileira, ainda fortemente marcada por valores patriarcais.⁷³

Cabe às estrelas o papel de anunciar cosméticos, produtos de higiene, concursos. Edgar Morin, que estuda essas “semidivindades” como o mito moderno, lembra que, nos Estados Unidos, em 1937, elas eram madrinhas de 90% dos grandes programas de rádio.⁷⁴ A revista *O Malho*, que possui um suplemento feminino chamado “Senhora”, anuncia em *Cinearte* um número especial: “Vestir como as estrelas do cinema”.⁷⁵ Às “caras leitoras” de *Cinearte* eram direcionadas matérias especiais, como “Como se aplica pó de arroz... lições de Maureen O’Sullivan”⁷⁶ e “Métodos errados de sedução”,⁷⁷ com conselhos de Bette Davis sobre como as mulheres devem se aproximar dos homens. A beleza e o comportamento ideais passam por valores sociais que, nesse momento, também absorvem os ensinamentos de determinados preceitos científicos correntes.

LEITURA ÚTIL E AGRADÁVEL

"Como escolher uma boa esposa" (conselho aos moços)

Edição da Livraria Pimenta de Mello & Cia.

O conhecido eugenista doutor Renato Kehl, autor de "Como escolher um bom marido" e das "Lições de Eugenia", publicou um livrinho de grande interesse para os nossos jovens: - "Como escolher uma boa esposa". Nele encontrarão os candidatos ao casamento excelentes conselhos matrimoniais numa linguagem clara e despretensiosa, que facilita a leitura e torna o importante problema admiravelmente compreensível. - Preço 4\$000 livre de porte. (...)⁷⁸

Em síntese, para os anunciantes da publicação, a beleza feminina reside na pele branca de quem aplica a loção O Segredo da Sultana, nos cabelos sem fios brancos com Loção Brilhante e aloirados com Fluide Doret, além da aparência com dez anos a menos, garantidas por Rugol. Calças compridas, cigarros e cabelos

⁷³ BICALHO, Maria Fernanda Baptista. “A arte da sedução: a representação da mulher no cinema mudo brasileiro”. Em: COSTA, Albertina de Oliveira; BRUSCHINI, Cristina (orgs). *Entre a virtude e o pecado*. Rio de Janeiro: Rosa dos Ventos; São Paulo: Fundação Carlos Chagas, 1992. p. 95.

⁷⁴ MORIN, Edgar. *As estrelas: mito e sedução no cinema*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989. p. XV.

⁷⁵ Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 15 de fevereiro de 1934. p. 03

⁷⁶ Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 15 de dezembro de 1938. p. 22

⁷⁷ Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 15 de março de 1936. pp. 18, 19

⁷⁸ Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 15 de fevereiro de 1937. p. 03

curtos irão alimentar a representação do feminino nesse momento, transposto por filmes, fotografias e belos anúncios.

São imagens que combinam com o *footing* da Avenida Central, dos cafés e confeitarias, de Copacabana. A modernidade excludente não vende seus produtos – ou como lembra Canclíni, seus ícones de identidade – para os “de fora”, ou seja, aqueles sem poder de consumo. A propaganda direciona-se para um público-alvo distinto, capitalizado e alfabetizado, longe da representação mestiça do país, geograficamente deslocada para o subúrbio do Rio de Janeiro, como se pode examinar no capítulo anterior.

Ao mesmo tempo, os anunciantes não se restringem à cidade do Rio de Janeiro. Como se observa nos anúncios de lojas e empresas de São Paulo, Porto Alegre e Belo Horizonte, busca-se atingir o seu cliente através da revista – o mesmo cliente que é fã de cinema e que envia cartas para a seção “Pergunte-me Outra” de todos os pontos do país. Quando Ismail Xavier afirma que *Cinearte* contribuiu para a “implantação de uma mentalidade moderna no Brasil”,⁷⁹ referindo-se à incorporação de novas técnicas de filmagem, avanço intelectual e uma nova postura moral, implica menção a esse espaço de circulação das idéias, social e economicamente delimitados. Na análise do movimento das idéias, a revista, como destaca Sirinelli, “é antes de tudo um lugar de fermentação intelectual e de relação afetiva, ao mesmo tempo viveiro e espaço de sociabilidade, e pode ser, entre outras abordagens, estudada nesta dupla dimensão”.⁸⁰

Nas engrenagens de uma estrutura de sociabilidade, a revista arrebatava leitores que, além dos fãs de cinema, também incluem intelectuais, governantes e produtores cinematográficos – que se referem à publicação em correspondências, artigos e memórias. São os consumidores e os anunciantes que viabilizam sua existência e, conseqüentemente, sua autonomia relativa no campo intelectual artístico.

⁷⁹ XAVIER, op. cit., p. 178

⁸⁰ SIRINELLI, Jean-François. “Os intelectuais”. Em: RÉMOND, René (org). *Por uma história política*. Rio de Janeiro: Ed.FGV/Ed.UFRJ, 1996. p. 249.



I. A atriz sueca Greta Garbo, da Metro-Goldwyn-Meyer, ilustra a capa da revista *Cinearte* em 04 de novembro de 1931.

Cinearte
 9 - II - 1927
FILMAGEM BRASILEIRA
 A UNIÃO FAZ A FORÇA...

Pela nossa cinematographia, aqui estou de novo para reencontrar com mais animo a campanha em prol da nossa industria de Cinema, e que para nós representa mais do que um ideal, senão o dever que assiste a todos os brasileiros, sem excepção.

Voltei, porém, com o CINEARTE do qual sempre me mantive irmanado nas mesmas idéas.

E nem podia deixar de ser assim. Foi "Para Todos..." a primeira revista que me collocou em contacto com o publico, e eu teria continuado sempre com ella, e deste modo contribuido para o indiciamento de CINEARTE, fundado sob o mesmo programma, apenas exclusivamente dedicado ao Cinema e vivendo dos seus proprios recursos, a expansão de uma propaganda mais desenvolvida, não me impuzesse acceptar outras columnas, das quaes se fizesse ouvir tambem o brado de luta em prol da filmagem brasileira.

Mas o nosso Cinema tem evoluído; já o publico assiste com entusiasmo aos films que produzimos, e por isso, eu volto para o lado de A. Gonzaga, collega desde a escola, e como eu, um "sonhador" do nosso progresso cinematographico, no dizer dos muitos descrentes de então, e que agora não nos negam os seus proprios applausos.

Este exemplo de união que sempre mantivemos enquanto afastados, e mais do que isto, o conagrimento effectuado para juntos proseguirmos na vanguarda desta empreitada pelo nosso Cinema, representa um exemplo do momento presente, em que parece existir o mesmo animo de união entre os elementos sempre divergentes dos cinematographistas brasileiros.

Entre CINEARTE e a minha antiga secção, pela filmagem brasileira, houve até bem pouco, sempre communhão de idéas, o que não succedeu nunca pelos que filmam no Brasil, mas tanto nós da imprensa, como elles dos films, conseguimos fructificar nos nossos esforços.

Agora todos juntos, seguindo um mesmo caminho e para um unico fim, o que não conseguimos?

Tres causas importantes é que têm entravado o desenvolvimento completo da nossa filmagem, e uma dellas, é justamente a desunião que sempre reinou em o meio cinematographico.

Felizmente, novos horizontes se abrem, compenetrando-se cada um dos nossos elementos que tanto vêm lutando de per si, que a cada qual compete determinado papel, em vez de uma expansão de actividade em diversos ramos, perdidos por não poderem apresentar um resultado uniforme.

Jayme Redondo, por exemplo, já não terá mais que cuidar da distribuição dos films que produzir. Elle poderá se dedicar de e alma á confecção de



JAYME REDONDO "POSANDO" PARA "CINEARTE", COM PEDRO LIMA.

A "Filmagem Brasileira" tem sido o nosso principal objectivo. Representa a maior de todas as nossas campanhas. Apesar mesmo da indifferença da maior parte dos proprios interessados, temos sido constantes em nossa missão, provando que já temos o nosso Cinema e que possuímos elementos capazes de elevá-lo ao apogeu, indifferentes aos sorrisos incredulos. Assim, decidimos confiar a uma unica pessoa esta secção. Pessoa que em nossa redacção se dedique exclusivamente aos assumptos de "Filmagem Brasileira".

Foi o que fizemos. De hoje em diante, a "Filmagem Brasileira" está entregue a Pedro Lima, figura das mais conhecidas do Cinema Brasileiro e um dos que com absoluta sinceridade tem-se batido por ella. Deve-se-lhe muito termos Cinema no Brasil.

Pedro Lima mantém as mesmas opiniões geraes sobre tão magno assumpto, embora trabalhando fóra de nossa casa, preferindo assim continuar por longo tempo, para que se diffundisse na imprensa cinematographica a mesma campanha. Havendo uma pessoa com o cuidado exclusivo desta secção, os leitores terão informações mais detalhadas, que a falta de tempo não nos permitia fornecer.

"Flor de Serião", e tem o dever de fazer desta produção uma obra prima, conforme promette, e faz crer o seu merito e conhecimento do "metier", como já provou com "Fogo de Palha" e ainda no mez p. passado durante a tomada de um "test" no concurso da Fox, mercenado de Coelho Netto elogiosas referencias, no confronto que presenciou entre elle e um operador tecnico e profissional daquella empresa productora, que sentiu certo embaraço com a differença de luz, de prompto afastado pelo nosso tecnico de S. Paulo.

Tambem Carmen Santos, parece disposto em acceptar, embora por cortesia, um papel importante no film "Flor de Serião", que terá a seu lado Georgette Ferret, Lelita Rosa, ambas estrellas já conhecidas do nosso publico, e mais duas novas e promissoras artistas reveladas no concurso da Fox, Lucy Neves e Lucy Martins, ambas indicadas como prováveis companheiras de Janet Gaynor e Madge Bellamy, mas cujo ideal é contribuir pelo progresso da nossa cinematographia.

Antonio Tibiriçá e José del Pichia, consta não serem tambem extranhos a esta organização, que possivelmente ainda se estenderá a outros elementos de São Paulo e do Rio, como Paulo Benedetti.

Cabe e semelhante emprehendimento aos desgnios de José de Freitas Sobrinho, que a principio como incorporador da "Iris Film" que já produziu "Vicio e Belleza", e depois como distribuidor de "Fogo de Palha", vem marcar uma nova era para o nosso Cinema.

Basta dizer, que Carlos Masotti, em palestra que tivemos outro dia, vinha de offerrecer "Corações em Supplicio" a Freitas Sobrinho, e caso este accettesse tomar conta de sua distribuição, começaria immediatamente a filmagem de uma nova pellicula.

Inicia-se, portanto, quasi que insensivelmente, uma linha de distribuição para os films brasileiros, e um emporio cinematographico de productores independentes, conjugados sob um mesmo ideal, como existe na America a "United Artists Corp."

Falta, portanto, resolver mais duas questões sómente.

Que os nossos cinematographistas esqueçam seus ressentimentos e unidos levem seus esforços para o triumpho da nossa filmagem, que CINEARTE já está cuidando seriamente de vencer os dois ultimos obstaculos que faltam para desenterrar o caminho que se desfronta para o successo.

A BILHETERIA DOS FILMS BRASILEIROS

Costumam os maldizentes do Cinema brasileiro allegar que ninguém vae ver nossos films.

II. Seção "Filmagem Brasileira" – em 1927, o primeiro número assinado por Pedro Lima em *Cinearte*, em 09 de fevereiro de 1927. Reprodução: Divisão de Informação Documental, Biblioteca Nacional.

Cinema Brasileiro

QUATRO filmes brasileiros em conceito e já se iniciam a produção de outros tantos. São filmes assim de programas que precisamos e pelos quais sempre nos batemos. Entretanto, tudo isso é o resultado da evolução do nosso cinema, agora mais rápida, diante do ambiente criado pelos "complementos", iniciativa antiga e actual sempre.

O Dr. Getúlio Vargas, em sucessivas ocasiões, tem demonstrado a sua forte desejo de desenvolver o cinema, o rádio e o sport em nosso país.

A lei de obrigatoriedade é apenas o primeiro passo do governo em prol do nosso cinema e que foi elaborado depois de unido dos produtores, na velha companhia de "Cinearte" realizada quando já não tinhamos mesmo mais esperanças, mas cujo benefício está ali patente.

Os nossos filmes vão mostrando grandes progressos e facilmente aumentaram as palavras de "Agora Sim", "Assim é que se faz", etc., esquecendo-se todos de que maiores recursos e melhores condições só serão conseguidas agora.

E apenas a evolução do Cinema Brasileiro. Mas foi preciso ter um princípio. No início da chamada segunda metade do Cinema Brasileiro, foi necessário que Humberto Mauro estabelecesse o seu studio em Catamboré ou que Alfredo Fleming, independentemente, com um machina velha, fizesse "Pálio e Virgínia".

Que iniciativas reduzidas! Ora não é assim que se faz cinema. E preciso definir organizações, studio, distribuição de colaboração etc. etc.

Mauro e Fleming já tinham disso há muito. Mas se preciso começar é hoje, para quem começa e que se passa através das "cameras" do nosso cinema, sabe do seu dever. Alguns entes continuam pessimistas, outras não há razão para desanimar dos nossos produtores. Já vimos esses pessimistas e incredulos, se contentarem afinal, com pouca coisa.

Novos e fortes produtores estão surgindo. Já aparecem grandes capotes! Nomes significativos estão adormecendo.

O Sr. Sorrentino promete para breve uma companhia de teclatistas alemães. O Sr. Crentner também.

O Sr. Serrador recebe Corrêa e já iniciou o seu centro de produção. Até se faz um companhia americana no Brasil, em cima Tom White, que entrará em produção para o desenvolvimento pequeno embora, que alcançamos e com o material que pretende trazer, é como se diz, "galinha morta".

Desde criança já ouvimos falar em grandes companhias americanas para produção de filmes no Brasil. Não sabemos se o nosso mercado já é tão importante assim. Não sabemos se é verdade afinal de que os americanos precisam dos mercados estrangeiros. Filmes de carácter internacional, com a distribuição mundial garantida, poderão interessar como negocio. Mas de toda a forma não seria extraordinário tudo isso para nós? Uma coisa, porém, garantimos. Uma companhia formada para filmes falados em castelhano, o segundo mais falado idioma do mundo, poderia fazer alguma coisa... porque o conhecido aqui sabia mais brava mesmo que na Argentina e poderia-se contar com melhor elenco do que contra Hollywood, neste genero.

Mas o facto é que temos conseguido alguma coisa.

sa a nossa causa, com os nossos próprios recursos. Continuamos a trabalhar, porque muita coisa há a fazer ainda.

O desenvolvimento tem sido grande, mas também a inesperienza dos novos, é claro. Você perder muito dinheiro um cinema no Brasil. O periodo que atravessamos, requer atenção, é preciso que todos se comprometam de boa fé, da ambição, das proporções do mercado, das possibilidades e não desistirem os que estão iniciando ou os que projectam fazer e vendidarem cinema... calma, nada afobação!

—OO—

Palavras de Sylvia Mala, a interessante estrelinha do *Brodskine* caroca sobre o Cinema Brasileiro, em recente entrevista.

"O cinema, não porque essa coisa de que todos os países tem necessidade de possuir o seu cinema. E tanto creio que já figura na próxima película da Wallow-Film, "Estudantes".

—OO—

De novo aqui a 5 do corrente, para Buzaco-Ara, Maria Luiza Palomeiro, a interessante "casca de Noites carolinas".

Maria Luiza prestou voltas ao Brasil que já tanto a quer bem, para estar presente a estreia da film, a qual durou-lhe muito breve na Cinelandia.

—OO—

Também partiu, de regresso a Argentina, pelo Neptunia, a 6 do corrente, Carlos Percelli o protagonista de *Noites carolinas*, que doras gratas recordações entre nós e no meio cinematographico e theatral brasileiro, onde se fez querido pela sua affabilidade e sympathia.

Cinco dias faticiosas no grande vulto, de volta ao seu país e espera vel-o breve, novamente entre nós, numa nova colaboração ao Cinema Brasileiro, ao qual empouco o presente de uma arte, deixando inúmeras amizades entre elle.

—OO—

Entre os complementos brasileiros ultimamente exhibidos mereceu um registro especial, os seguintes: — *Marechal*, de "Cinearte" artistico short interpretado pelo jazz-andômica Pernambuco, com o consorcio de interessantíssimas Leda Baltar, e que mereceu caridoso apreço de A. Maranhão, do Rio; *Frevo Canção*, de "Cinearte do Sul", também com a notável orchestra dos estudantes de Pernambuco; *Evocções*, de "Leo-film", evocando através as ruínas da favelada de Saraphy, os idylls de Pedro I e a Marquesa de Santos, numa descripção inspirada e cheia de respeito; *Ni-*

cheiro, de "Cinearte", que possui uma maravilhosa photographia; e o *Film Journal* 14 de "A Borchlor-Film", um dos melhores jornais brasileiros até agora apresentados, reunindo todos os assumptos mais interessantes da semana anterior a que foi exhibido.

—OO—

Lu Mariva faz parte agora do elenco do *Theatro Escola* e sua estreia na peça *Duas*, de Renato Vianna, foi recebida com sympathia pelos principaes criticos cariocas que lhe auguram futuro brilhante nos nossos palcos não só pela sua personalidade interessante como pelo talento artistico que vêm mostrando, sendo considerado sympathico a sua estreia.

Cinearte regista com prazer essa facta e deseja muitas felicidades a querida "estrela" do Cinema Brasileiro.

—OO—

O *Jornal do Brasil* que sempre defendeu com carinho todas as iniciativas do nosso cinema, acaba de entrar para o rol dos nossos protectores, dando-lhe assim o seu prestigio. Mais uma collaboração valiosa que veio juntar-se a tantas outras que o nosso cinema vem recebendo ultimamente.

Produzirá o *Jornal do Brasil* pequenos filmes, obedecendo ao criterio de misturar o Brasil aos mysterios, levando o nosso progresso e as nossas sciencias naturaes a todo o paiz e tambem ao estrangeiro, colaborando assim em obras de propaganda artistica elevada a effeito pelo governo federal e municipal.

Do seu primeiro filme — O que é o Brasil, já exhibido com muito agrado no Alhambra, por exemplo foram feitas edições em Ingles e hespanhol para serem exhibidas fora das nossas fronteiras.

Éis um gesto que merece louvores, incondicionaes e "Cinearte" os faz com grande prazer.

Os complementos do *Jornal do Brasil*, foram entregues á distribuição da "Distribuidora de Filmes Brasileiros".

—OO—

Prosegue com entusiasmo a filmagem de *Alma do Samba*, o novo film que Carmen Santos está produzindo no studio da Feira de Amostras, sob a direcção de Humberto Mauro.

Alma do Samba, que promete ser um dos melhores filmes brasileiros desta etapa tão promissora do nosso cinema, offerterá grande encanto pela sua parte musical e tem merecido pela primeira vez a voz da querida estrela, cantando *Ao luar*... uma linda canção de Ary Barroso; *Favela das minhas amores*, de Nassara; *Favela de Cartucho Mesquita*; *Quando um sambá morre*, de Ary Barroso, com o concurso de 130 vizes do Orpheo Portuguez; O fado, do maestro Vianna (tambem com o Orpheo); e *Tollinha*, de Cartucho Mesquita.

Há tambem *Torturante Irena* e *Quasi que eu disse*, de Sylvio Caldas e por elle interpretadas.

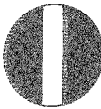
Alma do Samba, como se sabe tem no seu elenco as figuras de Jayme Costa, Rodolpho Maia, Antonio Maranhão, Eduardo Vianna, Belmira de Almeida, Norma Geraldí, Louzada e a bailarina Eros Valuzia...

Scenas de "Estudantes", da Wallow Film com Carmes Miranda, Mesquitinha e Barbosa Junior.



III. "Cinema Brasileiro" – seção organizada, na maioria dos casos, em pequenas notas, com informes diversificados sobre a cinematografia nacional. *Cinearte*, 19 de junho de 1935. Reprodução: Divisão de Informação Documental, Biblioteca Nacional.

Cinearte



o sucesso extraordinário do filme "Barro Humano", produção genuinamente brasileira marcará

ceramente uma era nova para a indústria cinematográfica entre nós.

Com elle se comprova que si sem abundancia de recursos consegue o esforço de meia dúzia de pessoas animadas tão somente pelo desejo de servir a arte cinematográfica e demonstrar as possibilidades do Cinema Brasileiro, quando uma empresa forte pelos seus capitales se constituir entre nós, poderemos, já sem he-



situações, naturais no inicio de qualquer tentativa, entrar com gallardia no terreno da produção capaz de suprir os nossos mercados de films que falem da nossa terra e da nossa gente, que mostrem como vivemos, como trabalhamos, como pensamos. Não queremos dizer com isso que deixamos, cronando a industria do film entre nós, abrir guerra á produção estrangeira. Muito pelo contrario, desejariamos que pelos nossos Cinemas, desfilassem os films de todas as nacionalidades, porque maravilhoso aparelho de divulgação de costumes e conhecimentos o Cinema é o melhor elemento de propaganda da fraternidade de uni-

versal. Acontece porém que, através do livro, através do jornal, através da revista, através do film nós — em geral — conhecemos mais ou menos estrangeiros do que das diversas circumscripções politicas em que se divide o Brazil.

E pensamos que a nacionalisação da industria cinematográfica será o meio melhor, mais rapido e mais eficiente para a aquisição desse conhecimento que nos falta.

O Brazil é tão grande, tão variados os costumes, tão diferentes os aspectos da vida, quer nas cidades, quer nos campos, que um filho de estada nordestino sente-se positivamente em meio exótico quando, se desloca para o sul e vice-versa.

A função patriótica do film genuinamente nacional seria por esses aspectos da vida provincial ao alcance de todo brasileiro, de sorte a que elle jamais extraniasse após uma viagem de algumas leguas apenas o meio alcançado e que já lhe seria familiar através da pellicula impressionada.

Pensar que isso se obteria com os films naturaes seria erro.

O film natural deveria ser reservado para effeitos pedagogicos.

O que o grande publico requer são os films de acção, os films de enredo.

E a habilidade do cinematographista está justamente em aproveitar ou mesmo crear o ambiente para que nelle a acção, a fitação de desenvolve.

A industria brasileira de Cinema deverá obedecer a essa orientação superior, desviando-se na escolha dos seus assumptos desses eternamente batidos e reprimidos temas que se desenvolvem apenas nas cidades em que o affluio de gentes ali origina e a absorção de costumes alheios, já fez desaparecer a fita de originalidade, temas que tanto poderiam ter por theatro o Rio, como S. Paulo, Paris, Londres, Buenos Aires ou Nova York.

Temos um exemplo a seguir no caso: o film americano.

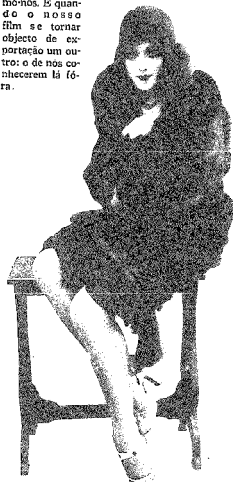
Estudem a obra de certos productores, de certos scenaristas, de determinados directores e verificarão que em todos os films sahidos de seus mols ha essa preocupação constante de exaltar os Estados Unidos, os seus usos, os seus costumes, as suas instituições, mas isso de forma tão subtil, perdido na trama do enredo que esse trabalho se faz pela insinuação gotosa nos espiritos desprevenidos.

E sabindo o espectador da visão de um desses films se reflecte, rememorando nas cenas do drama ou da comédia a que assiste, insensivelmente lhe voltam aos olhos também os quadros ali introduzidos para effeito da propaganda patriótica.

É é justamente por isso que nos Estados Unidos todas as autoridades facilitam o trabalho ás empresas productoras que chegam a occupar departamentos inteiros da administração e do governo durante horas, dias e semanas.

Essa deve ser a orientação do nosso productor. Com isso conseguiremos um

bem: conhecemos. E quando o nosso film se tornar objecto de exportação um outro o de nos conhecerem lá fora.



Que "Barro Humano" anime por fim os capitalistas que fallam á industria do film. As nossas possibilidades ali são vastas. Falta-lhes apenas o alento vivificador do capital.

Enquanto a nossa industria viver precariamente e aguardar que os lucros de uma produção permitam a concessão de outra, nada poderemos conseguir. É necessario uma organização forte e prestigiosa que lançando mão dos elementos já existentes lance em solida base a industria cuja nacionalisação terá mais utilidade para o país do que quantos por ali existem vegetando á sombra de tapetas estrangeiras.

ANNO IV

UM. 173

19

19 — JUNHO — 1929

IV. Editorial sobre a recepção de *Barro Humano* pelo público. Revista *Cinearte*, 19 de junho de 1929. Reprodução: Divisão de Informação Documental, Biblioteca Nacional.



V. O *Anuário das Senhoras*, do grupo editorial Pimenta de Mello, os produtos para higiene bucal da marca Odol e a Paramount Pictures: os principais anúncios de *Cinearte* concentram-se nos segmentos institucional, higiene e beleza e cinematográfico. (revista *Cinearte*, respectivamente, edição nº 501, de 15/12/1938, contracapa; edição nº 297, de 04/11/1931, contracapa; edição nº 501, página 62).

Anexo: Principais produtos e serviços anunciados na revista *Cinearte* (1926-1942)

Anexo: Principais produtos e serviços anunciados na revista *Cinearte* (1926-1942)

| produto ou serviço | segmento de mercado |
|--------------------------------|---------------------|
| A Arte de Bordar | institucional |
| A Saúde da Mulher | medicamentos |
| Adalina | medicamentos |
| Água de Colônia Carmela | higiene e beleza |
| Água de Colônia Frank Lloyd | higiene e beleza |
| Album Cinearte | institucional |
| Allonal | medicamentos |
| Almanach d'O Tico Yico | institucional |
| Alopan | medicamentos |
| Anuário das Senhoras O Malho | institucional |
| Aperitivo das Selvas | alimentos |
| Astrea | higiene e beleza |
| Atophan | medicamentos |
| Batom Michel | higiene e beleza |
| Biblio Infantil d'O Tico Tico | institucional |
| Biotônico Fontoura | medicamentos |
| Biscoitos Aymoré | alimentos |
| Brutos, homens e deuses | institucional |
| Cafiaspirina | medicamentos |
| Casa Braz Lauria | vestuário |
| Casa dos Pianos Brasil | artigos para o lar |
| Casa Guiomar | vestuário |
| Casa Lauria | serviços |
| Cassino Copacabana | serviços |
| Cine Avenida | cinema |
| Cine Glória | cinema |
| Cinearte Album | institucional |
| Cinédia | cinema |
| Cinema Odeon | cinema |
| Cinemas Capitólio e Império | cinema |
| Cinemas Central e Iris | cinema |
| Cinemas Gaumont | cinema |
| Cinemas Palais e Ideal | cinema |
| Cinematógraphos | cinema |
| Cine-Photo | cinema |
| Coleção Para Todos | institucional |
| Columbia | cinema |
| Companhia Imobiliária Nacional | serviços |
| Creme Dermol | higiene e beleza |
| Creme Magnésia | medicamentos |
| Cutisol-Reis | higiene e beleza |
| Dermol | higiene e beleza |
| DFB | cinema |
| Diamond Programma | cinema |
| Diário de Notícias | serviços |
| Discos Odeon | artigos para o lar |
| Dorly | higiene e beleza |
| Drágeas W5 | higiene e beleza |
| Edelweiss | alimentos |

| | |
|--|--------------------|
| Edições Pimenta de Mello&Cia | institucional |
| Elixir de Inhame | medicamentos |
| Elixir Ferrogate | medicamentos |
| Ela | institucional |
| Fox Film | cinema |
| Gessy | higiene e beleza |
| Ginásio Pio Americano | serviços |
| Grande Concurso Contos Brasileiros | institucional |
| Grande Concurso O Malho e Moda e Bordado | institucional |
| Guaraná Lodo-Cola | medicamentos |
| Guia das Noivas | institucional |
| Gynol | higiene e beleza |
| Hermitol | medicamentos |
| Hovenia | higiene e beleza |
| Ilustração Brasileira | institucional |
| Indonthren | vestuário |
| Krupp-Emernan projetores | cinema |
| Leite de Colônia | higiene e beleza |
| Leite de Magnésia Philips | medicamentos |
| Leitura Para Todos | institucional |
| Les Ondes Parfum | higiene e beleza |
| Loção Brilhante | higiene e beleza |
| Madeira de Oriente | higiene e beleza |
| Meias Lotus | vestuário |
| MGM | cinema |
| Moda e Bordado | institucional |
| Movitone Philipsonor | artigos para o lar |
| Nenita | higiene e beleza |
| Novelty | higiene e beleza |
| Nutrition | medicamentos |
| Nutrition | medicamentos |
| O Figurino | institucional |
| O Malho | institucional |
| O Papagaio | institucional |
| O Poder Misterioso | institucional |
| O Tico Tico | institucional |
| Odeon discos | artigos para o lar |
| Odeon e Programa Serrador | cinema |
| Oddl | higiene e beleza |
| Olivan e Rosan | higiene e beleza |
| Oriental-K | higiene e beleza |
| Paramount Pictures | cinema |
| Pathé Baby | cinema |
| Philisonor | artigos para o lar |
| Pixavon | higiene e beleza |
| Plaza | cinema |
| Pó de Arroz Lady | higiene e beleza |
| Polar calçado | vestuário |
| Rádio PRA 3 | serviços |
| Rádio PRA 9 | serviços |
| Programa Serrador | cinema |
| Publicações Sociedade Anônima O Malho | institucional |

| | |
|----------------------|--------------------|
| Rádios Potunswick | artigos para o lar |
| Red Star | artigos para o lar |
| Remington | artigos para o lar |
| Rex 20th Century Fox | cinema |
| Rua do Ouvidor | higiene e beleza |
| Rugol | higiene e beleza |
| Sabonete Reuter | higiene e beleza |
| Tônico Vinovita | medicamentos |
| United Artists | cinema |
| Urania Filme | cinema |
| Urotropina Schering | medicamentos |
| Vitória Regia | higiene e beleza |
| Westinghouse | artigos para o lar |

Capítulo III. Intermezzo: notas sobre atores e temas de *Cinearte*

Compreender o desenrolar do debate sobre cinema brasileiro através do envolvimento do grupo de *Cinearte* – e de Ademar Gonzaga, em especial – com as “cousas” da cinematografia é o foco principal deste capítulo. Para tanto, será acompanhada a inserção desses intelectuais-artistas em espaços privilegiados de discussão e atuação política, paralelos à revista. São anos em que a conjuntura política sofrerá inúmeras transformações. O capítulo se apresenta como um entreato na análise de *Cinearte* e acompanha os passos da formulação de políticas públicas para a área cinematográfica, permitindo uma leitura cronológica do exercício do papel de *mediador cultural* da revista no interior do grupo cinematográfico, registrando o destaque que essas posturas ganharão nas páginas da publicação.¹

Paulo Emílio Salles Gomes aponta o nascimento de um pensamento cinematográfico crítico entre 1923 e 1933 como um dos indícios do processo de autonomização do campo intelectual e artístico no país.

¹ Ao trabalhar com a mediação cultural, as noções de trajetória e de biografia são necessárias à sua compreensão, mesmo que não sejam aprofundados nessa dissertação. Sobre o assunto, destacam-se três artigos publicados em: FERREIRA, Marieta de Moraes; AMADO, Janaína (org.). *Usos e abusos da história oral*. 5ª ed. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 2002. São eles “A geração”, de Jean-François Sirinelli, “Usos da biografia”, de Giovanni Levi e “A ilusão biográfica” de Pierre Bourdieu. Ver também: LORIGA, Sabina. “A biografia como problema”. Em: REVEL, Jacques. *Jogos de escalas: a experiência da microanálise*. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1998. p. 225-249.

É desse momento em diante [entre 1923 e 1933] que se manifesta uma verdadeira tomada de consciência cinematográfica: as informações e os vínculos estabelecidos por essas revistas, o estímulo do diálogo e a propaganda teceram uma organicidade que se constitui como um marco a partir do qual já se pode falar em movimento de cinema brasileiro.²

Antes da constituição das revistas, os cineclubes já reuniam fãs de cinema para exibir, discutir e produzir películas. Com mais de oitenta anos de atividades no Brasil, eles são espaços importantes do “pensar” cinematográfico que estão praticamente ausentes das obras sobre a história do cinema no Brasil. Um dos pioneiros foi o Cineclube Paredão, constituído pelo futuro grupo de *Cinearte* em 1917. Porém, segundo André Gatti, o primeiro cineclube de fato foi o Chaplin Club, criado no Rio de Janeiro, em 1928. Seus fundadores foram Plínio Sussekind Rocha, Otávio de Faria, Almir Castro e Cláudio Mello, que dirigiram a publicação *O Fan*, órgão oficial que teve sete edições, atuando em defesa do cinema mudo.³ Posterior ao Chaplin, e apenas em agosto de 1940, foi fundado, na Faculdade de Filosofia da Universidade de São Paulo, o Clube de Cinema de São Paulo, logo em seguida interdito pelo Departamento Estadual de Imprensa e Propaganda (DEIP). Entre seus fundadores, estão nomes como Paulo Emílio Salles Gomes, Décio de Almeida Prado, Lourival Gomes Machado e Cícero Cristiano de Souza.⁴

A revista *Cinearte*, como já destacamos, atua como um agente catalizador de idéias, congregando um grupo de intelectuais, como bem lembra Sirinelli, “de contornos vagos que durante muito tempo foi pouco significativo em termos de tamanho”.⁵ Já em 1926 aparecem em *Cinearte* algumas referências à “desunião da classe” e às possibilidades de crescimento do cinema nacional com uma melhor organização dos seus interessados. Para o desenvolvimento da “filmagem”, afirmam, é necessária a união da classe, apesar da inimizade existente no meio, especialmente daqueles “que riem da técnica”.⁶ Em junho de 1926, é anunciada a

² GOMES, Paulo Emílio Sales. *Cinema: trajetória no subdesenvolvimento*. São Paulo: Paz e Terra, 1996. p.51.

³ Ismail Xavier dedica um capítulo ao Chaplin Club em *Sétima Arte...*: “A Estética do testemunho: Chaplin-Club” (capítulo 10).

⁴ GATTI, André. “Cineclube”. Em: RAMOS, Fernão; MIRANDA, Luiz Felipe. (org). *Enciclopédia do Cinema Brasileiro*. São Paulo: Editora SENAC, 2000. p. 128.

⁵ SIRINELLI, Jean-François. “Os intelectuais”. Em: RÉMOND, René (org). *Por uma história política*. Rio de Janeiro: Ed.FGV/Ed.UFRJ, 1996. p. 234.

⁶ Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 09 de junho de 1926, nº 15, p. 04.

fundação da Associação dos Exibidores Brasileiros "para exploração e confecção de filmes brasileiros".⁷

Em 13 de julho de 1927, são publicados dois artigos sobre o assunto. No primeiro, Mário Behring expõe, no editorial, a necessidade de organização de uma associação para defesa dos interesses de seus profissionais, aos moldes de um sindicato.

A idéia que expusemos por estas colunas da união da classe cinematográfica, de todos os que empregam a sua atividade no comércio e na indústria cinematográficas constituindo uma associação que assumisse as responsabilidades da defesa dos interesses de um núcleo já tão numeroso de pessoas que vivem, exclusivamente, do Cinema, parece haver interessado algumas figuras principais do meio que se agitam para corporificá-la.

Não temos senão louvores por esse gesto, que terá o nosso mais franco, mais sincero, mais devotado apoio. (...)

É pensamento desses promotores da realização da idéia constituir uma associação que ao lado da defesa dos interesses da classe perante os poderes públicos cuida também da proteção aos sócios, em tudo quanto se relaciona com fins beneficentes (...)

A associação contribuirá para estabilizar a situação de muitos, precária, incerta, por falta desse órgão de classe para dar colocação àqueles que vivem sua atividade momentaneamente desaplicada. (...)⁸

Na página seguinte, com o título "União!", Pedro Lima também defende a organização de uma associação, que reúna os profissionais na troca de contatos e de força de trabalho para a produção de películas. Ele inicia fazendo uma avaliação positiva do desenvolvimento do cinema brasileiro, com um aumento do interesse de pessoas que apreciam e que produzem: "Sim, porque desafiamos quem prove que o nosso público não vai ver os nossos filmes, por piores que eles se apresentem, onde quer que eles sejam exibidos (...)"⁹ O cinema é apresentado como um fator para o progresso da nação, que não tem, em 1927, qualquer atenção do Governo

⁷ Idem.

⁸ Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 13 de julho de 1927, nº 72, p. 03.

⁹ "União!." Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 13 de julho de 1927, nº 72, p. 04.

brasileiro. “Assim como nossa filmagem já foi um caso de política, agora é mais um caso de CONGREGAMENTO DE ESFORÇOS”.¹⁰

Desse modo, Lima recomenda a criação de uma "Academia Cinematográfica" que centralizasse informações sobre produções e produtores, distribuindo-os para garantir "esforços" para a filmagem. Como exemplo de uma tentativa similar, porém fracassada, cita a A.B.A.M., Associação Brasileira de Arte Muda, de José Medina (1894-1980) e do ator Carlos Medina, empresa que tinha como propósito a produção e distribuição de películas, atuando também com importação e exportação.¹¹

Em 1927, o Circuito Nacional de Exibidores estava em funcionamento há um ano, porém ainda sem ter realizado nenhuma película. Essa organização foi criada por iniciativa de Vittorio Verga, que trabalhara há mais de dez anos em uma empresa de distribuição de filmes no Brasil, logo após ter emigrado, e de seu compatriota Paulo Benedetti (1863-1944). Benedetti fundara um laboratório cinematográfico no Rio de Janeiro, em 1917, após patentear dois aparelhos de projeção com sincronia sonora. Em 1924, fundou a Benedetti Filme com Verga e realizaram três películas, entre elas, *A esposa do solteiro*, que obteve o êxito necessário para a criação do Circuito. Integrado por proprietários de cinema que não possuíam contratos de exibição e exclusividade com as grandes companhias cinematográficas, tinha por uma de suas finalidades a produção de filmes com recursos próprios, para exibição sem intermediários.¹²

Faziam parte da associação jornalistas, técnicos, artistas e exibidores. Entre os fundadores, também encontramos André Guimard (exibidor do cinema Guanabara), Companhia Brasil Cinematográfica, de Francisco Serrador, e Luiz Severiano Ribeiro (na época, com os cinemas Atlântico, Tijuca e Ideal); Al. Szekler, Mário Novis, Frota&Cia, Augusto Pugualoni, Justino Rebello Amaral, Roldão Barbosa, Antônio Tibiriçá, José Del Picchia, Gustv Zieglitz e F. Matarazzo. Em seus estatutos, estabelecia-se que poderia “esta sociedade fazer toda a sorte de operações necessárias e que tenham por fim auxiliar os fins sociais de apoio recíproco de indústria e comércio”. Os sócios teriam “preferência na exibição dos

¹⁰ Idem. (Grifos do autor)

¹¹ SOUZA, José Inácio de Melo. “José Medina”. Em: RAMOS; MIRANDA (org). *Enciclopédia...* p. 370. Registra-se aqui a fundação da Associação Cinematográfica de Artistas (A.C.A. Film), sob direção de Achylles Tartari e Ubi Alvarado, comunicada em *Cinearte* na edição nº 172, de 12 de junho de 1929. Não se encontrou qualquer outro registro a respeito.

¹² RAMOS, Lécio Augusto. “Paulo Benedetti”. Em: RAMOS; MIRANDA (org). *Enciclopédia...* p. 54.

filmes produzidos pela sociedade e por preço proporcional à importância do seu estabelecimento, auferindo os lucros dessa exibição e os da sociedade com o desenvolvimento da indústria cinematográfica nacional".¹³

Cinearte apoiou a iniciativa, principalmente na divulgação de um Concurso para escolha dos atores que participariam da primeira produção do Circuito. Feita toda a propaganda, os diretores anunciaram que não havia recursos para a execução do filme. Verga decidiu dedicar-se à cavação, ou seja, aos filmes curtos chamados "naturais", cinejornais que se aproximam da nossa idéia de documentário em curta-metragem. Junto com Benedetti, que se desligara do Circuito, o grupo da revista retomou o projeto e produziu *Barro Humano*, a partir das concepções estéticas pregadas por *Cinearte* e do conhecimento técnico que Gonzaga havia aprendido em recente viagem aos Estados Unidos. Lançado em meados de 1929, o filme foi concebido de forma coletiva pelo grupo e obteve grande sucesso.

Uma das reivindicações da revista – e do próprio Circuito – era a diminuição dos impostos para a entrada do filme virgem, que não era produzido no Brasil. O apelo feito ao Presidente da República, em telegrama encaminhado pelo Circuito, destacava que a redução seria "uma prova de bom e são patriotismo", para o desenvolvimento econômico e cultural do país, posto que a expansão do cinema nacional era impossibilitada pela forte concorrência estrangeira, "quando em todos os países hoje se desenvolvem promissoras manifestações de vida, graças a uma relativa proteção dos poderes públicos".¹⁴ Outro problema diagnosticado por *Cinearte* era a trustificação do mercado cinematográfico no país. Nomes como Francisco Serrador e Luiz Severiano Ribeiro participavam de esquemas de exibição que, em acordos com as grandes produtoras e agências, dominavam o mercado e acarretavam prejuízos ao consumidor. Sobre a questão, a revista é clara:

Mas, como irá operar esse "trust"?

É naturalmente a interrogativa ansiosa dos interessados.

Ora, naturalmente, como operam todos os "trusts", planta daninha, tiririca devastadora do comércio legítimo, proibido pela severa legislação norte-americana, onde tiveram origem e eclosão, mas que

¹³ "Circuito Nacional dos Exibidores". Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 07 de julho de 1926, nº 19, p. 04.

¹⁴ Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 08 de dezembro de 1926, nº 41, p. 04.

medram entre nós a sombra de uma legislação liberal que permite todos os abusos contra a bolsa e a paciência do consumidor.

O "trust" visa dominar sozinho o mercado. Só ele vende o gênero que motiva a sua criação.

E, por isso, que não tem concorrência, baixa a qualidade e alteia o preço - duplo prejuízo para o consumidor.

Pois se não há concorrência!

Porque para o concorrente o "trust" é impiedoso, cruel, inexorável. ou o absorve ou esmaga-o, Não há meio termo.

O "trust" é o inimigo de toda iniciativa progressista, é o gerador, o conservador da mediocridade.

Para que, de fato, melhorar um produto, se ele é o único existente no mercado?

Se todos os consumidores tem de se contentar com o produto inferior a falta de onde ir buscar melhor?¹⁵

Cinearte não deixará de criticar a postura dos exibidores e, em muitos casos, também de conferir-lhes diretamente a culpa por não existir espaço para a exibição das películas brasileiras. O cinema nacional, para eles, só não fazia sucesso porque não era visto. De toda forma, percebe-se que já existiam reivindicações de benefícios junto ao governo. Era comum a contratação de cinegrafistas para acompanhar líderes políticos e registrar a realização de serviços públicos. Por exemplo, a concessão de verbas para a filmagem do Centenário da Independência partiu do próprio Estado.¹⁶ Além da encomenda de filmes institucionais, publicitários ou de exaltação de personalidades, a “cavação”, abordando assuntos locais, ocupou o espaço no qual os filmes estrangeiros ainda não ofereciam concorrência. Este aspecto que se altera no início da Segunda Guerra Mundial, quando o cinema alemão e norte-americano trazem as informações atualizadas do conflito através de imagens. Anita Simis constata que a ampliação no número de filmes de não-ficção incrementa a produção dos de ficção, mantendo as condições para a criação de filmes de enredo, majoritariamente de curta-metragem. A “cavação”, odiada por Ademar Gonzaga e Pedro Lima, possibilitará a abertura de produtoras em todo país

¹⁵ Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 01º de dezembro de 1926, nº 40, p. 03.

¹⁶ SIMIS, Anita. *Estado e cinema no Brasil*. São Paulo: Annablume, 1996. p. 85.

e o desenvolvimento da linguagem cinematográfica. Jean-Claude Bernardet é ainda mais incisivo em sua afirmação:

Indiscutivelmente, o que sustenta a produção brasileira nas primeiras décadas do século são estes filmes [cavação], não os de ficção. São eles que asseguram um mínimo de regularidade ao trabalho dos produtores, permitem que se sustente um certo equipamento, laboratórios, etc. (...) Portanto, não é do público nem dos exibidores que os produtores de naturais e cinejornais podiam tirar o dinheiro necessário para sustentar sua produção.¹⁷

Por muito tempo, pensou-se que a câmera cinematográfica produzia, sozinha, significações, apenas pela atividade mecânica e autônoma da aparelhagem.¹⁸ A aversão aos chamados “filmes naturais” ou documentários também advém dessa interpretação, pois, segundo pensavam, o filme fugia ao planejamento de cena, criando uma história própria, sem controle, sem ordenação. Dessa forma, o natural refletiria uma imagem “espelhada”, ausente de criação artística humana.

Diferente de Lima e Gonzaga, Mário Behring acreditava que, bem realizado, o documentário poderia ser um suporte de difusão de conhecimento para iletrados. No início dos anos de 1920, ele já vinha sendo utilizado para o Ensino Agrônomico, parte deles produzidos pela Botelho&Film.¹⁹ Entretanto, a posição colocada desde o início por *Cinearte* destaca a necessidade de desenvolvimento do cinema *posado* – ou seja, o filme de ficção, de “enredo” – para mostrar, no Brasil e no exterior, uma imagem moderna da nação. Fora do gasto “inútil” com os naturais, o cinema traria benefícios para o país e seu incentivo seria, praticamente, uma obra de patriotismo. Justifica-se a citação longa pela forma como o trecho abaixo resume essa discussão, pelo menos da forma como ela se apresenta até 1933, quando do incentivo estatal à produção de complementos e cine-jornais.

Inúmeras são as vezes que temos comentado a necessidade de termos o nosso Cinema, enquanto muito dinheiro se tem consumido no Brasil com filmes do natural que, como temos provado, em nada

¹⁷ BERNARDET, Jean-Claude. *Cinema Brasileiro: propostas para uma história*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1991. p. 24.

¹⁸ Sobre esse assunto, consultar: LEBEL, Jean Patrick. *Cinema e ideologia*. Lisboa: Editorial Estampa, 1972.

¹⁹ Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 15 de dezembro de 1926, nº 42, p. 04. Posteriormente, o Ministério da Agricultura terá o seu próprio setor de cinema para produção de películas de ensino e divulgação agrícola.

adiantam ao país. Dizendo assim, apenas externamos a nossa opinião que julgamos absolutamente justa e acertada.

Simplemente somos contra os filmes naturais, porque isso não é Cinema.

É desnecessário repetir os benefícios que nos podem trazer os filmes posados, com história.

É, também, obra de verdadeiro patriotismo e que se liga, sem dúvida, ao futuro econômico do país. Reclame é de que mais precisa o Brasil, e isso só se conseguirá com Cinema. E para se conseguir reclame com Cinema, é preciso que os filmes tenham o elemento de interesse e diversão. Um filme natural só poderá passar no estrangeiro numa casa alugada pelo Consulado. As nossas paisagens podem ser muito bonitas, mas ninguém vai pagar para vê-las apenas.

Os filmes "posados" infiltrar-se-ão por todo o mundo, mostrando o que é o Brasil moderno.

É por isso que procuramos auxiliar com propaganda a todos os que se dedicam ao bom Cinema, enfrentando toda a sorte de obstáculos como o do filme virgem, por exemplo, que nos custa o mesmo preço do filme impresso, tendo isenção justamente os que se dedicam unicamente a filmagem indesejável de filmes naturais, sem cuidar das pessoas e dando golpes apenas nos costumes, vamos mostrar o que vai pelo Brasil sobre este assunto.²⁰

O Estado, para o grupo da revista, é capaz de desenvolver políticas culturais de incentivo à produção cinematográfica, financiando produções além da divulgação de atos e personalidades políticas. Um dos momentos citados como exemplo de uma má orientação de recursos para essa finalidade foi na ocasião da Exposição Nacional de 1922. Frente à sugestão junto a uma das pastas ministeriais de convidar uma "missão artística" de técnicos norte-americanos para realizar, com auxílio de pessoal brasileiro, dois filmes de tema patriótico em comemoração ao centenário da Independência, *Cinearte* aponta descaso com a proposta inicialmente aceita. A empresa contatada – a revista não revela seu nome – "prontificou-se logo a deslocar para o Brasil o seu pessoal, para aqui trabalhar de três a quatro meses, trazendo todo o material que ficaria de propriedade do governo", com o custo em torno de dois mil contos. Esquecida, a verba gasta com a produção naturais para registrar a

²⁰ Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 15 de dezembro de 1926, nº 42, p. 04.

Exposição ficou em mais de 500 contos de réis, resultando “só com filmes idiotas, de pura cavação, cuja existência ninguém conhece”.²¹

Entre as principais preocupações de *Cinearte*, nesse momento, estão a imagem do Brasil mostrada através do cinema e a utilização da propaganda nas telas. Nos dois casos, as assertivas estão ligadas à questão da influência do cinema sobre os seus espectadores. Em um artigo de J. C. Mendes de Almeida, publicado em 23 de junho de 1926 na revista, percebe-se a relação da “cavação” com o diagnóstico do mau cinema:

Parece que, por enquanto, a exportação de fitas indígenas só serve para dar aos estrangeiros uma idéia mesquinha desse país. (...)

Não é preciso dizer aos leitores quais são esses filmes. São estes “álbuns” do Amazonas e Mato Grosso, feitos por cavadores, que teimam em mostrar o Brasil como país de índios e exploram os *instintos* do baixo público com a nudez das índias... e outras cousas mais...

Já representa uma grande esperança vemos alguém volvendo a atenção para este estado de cousas.

Precisamos de filme de enredo, filme que mostre um Brasil moderno, forte, adiantado, belo e civilizado!²²

Ao mesmo tempo, o cinema é considerado “um dos expoentes do progresso humano”. Fator de progresso para uma população, ele era tido como um extraordinário veículo de propaganda. Um bom filme seria um excelente cartão de visitas do país que o produziu. Ao mesmo tempo, tinha a capacidade de difundir “bons exemplos”.

As noções de conforto que hoje se espalham ao lado das de higiene, de esporte, pelo interior do nosso país, devem ser levadas à conta quase que exclusivamente do filme. Certos aspectos de elegância que o carioca se espanta ao depará-los nos vilarejo do interior, a esse aparelho de propaganda podem com justiça ser atribuídos.²³

3.1 O cinema nos anos 1930: a presença da Igreja e a questão da educação

²¹ Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 09 de junho de 1926, nº 15, p. 03.

²² ALMEIDA, J. C. Mendes de. “De um tópico do Correio da Manhã”. Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 23 de junho de 1926, nº 17.

²³ Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 16 de março de 1927, nº 55, p. 03.

A primeira reunião da Associação Cinematográfica de Produtores Brasileiros, cujo secretário era Ademar Gonzaga, foi realizada na sede da Botelho Film Ltda, em resposta à 1ª Convenção Cinematográfica Nacional, dirigida por importadores estrangeiros, menosprezando a produção nacional.²⁴ Pedro Lima foi o principal mentor desse primeiro congresso, realizado em 1931, na cidade do Rio de Janeiro: “Daí a idéia de reunirem uma Convenção exclusivamente de produtores nacionais a fim de assentarem os favores legais, cuja inclusão no projeto em andamento pleiteariam”.²⁵ O projeto em questão era o futuro decreto-lei nº 21.240, publicado em 04 de abril de 1932.

De certa forma, o decreto vinha ao encontro de inúmeras reivindicações colocadas nas páginas de *Cinearte* em diversos momentos: a necessidade de uma censura fora dos domínios da polícia, como era realizada até então; a redução de impostos para entrada de filme virgem no país e a exploração das possibilidades do cinema educativo para o desenvolvimento da nação. Por outro lado, os benefícios que trariam aos exibidores também eram grandes, como a diminuição do imposto de importação.²⁶ O que se destaca na publicação do Decreto é o interesse do Governo em intervir na questão, regulando as atividades cinematográficas no país, em especial aquelas vinculadas ao cinema educativo.

Até o final da Segunda Guerra Mundial, a noção de comunicação era a de que toda e qualquer mensagem emitida pelo emissor seria captada com toda a sua carga emocional e ideológica pelo receptor, minimizando a capacidade de discernimento deste. A teoria da “bala-projétil” considerava o emissor onipotente no processo comunicativo, o que aguçava as preocupações dos intelectuais frente ao efeito potencializado da imagem cinematográfica.²⁷ A possibilidade de uma utilização proveitosa da imagem cinematográfica levou inúmeros intelectuais a militarem a

²⁴ Uma comissão de representantes da Associação Brasileira de Cinematografia, da qual faziam parte Alberto Torres Filho, Francisco Serrador, Luiz Severiano Ribeiro, Ademar Leite Ribeiro e Pascoal Segreto Sobrinho, entre outros, entregou a Getúlio Vargas, em audiência, um memorial que pleiteia a redução de impostos para a importação de cópias de películas cinematográficas. “O sr. Getúlio Vargas recebeu hontem os representantes da primeira Convenção Nacional de Cinematographia”. *Diário da Noite*, Rio de Janeiro, 26 de novembro de 1931. Arquivo Pedro Lima/Cinematoteca Brasileira.

²⁵ Associação Cinematográfica de Produtores Brasileiros. Relatório da Diretoria, biênio de 02/06/1934 a 02/06/1936. Relator: Armando de Moura Carijó. Rio de Janeiro: Typographia do Commercio, 1937. p. 04.

²⁶ A Alfândega, no Rio de Janeiro, não possuía câmara escura que permitisse distinguir as películas virgens das impressas. Logo, por essa “brecha” na fiscalização, a grande maioria dos filmes, segundo denúncia da própria *Cinearte*, ingressava no país sem pagar impostos de importação.

²⁷ Sobre o desenvolvimento das teorias da comunicação, ver: MATTELART, Armand. *A Comunicação-mundo: história das idéias e das estratégias*. Petrópolis: Vozes, 1994.

favor da implantação do cinema educativo no Brasil. *Cinearte* revela seu apoio à causa já em sua edição de número 06, de 07 de abril de 1926:

Uma das muitas campanhas empreendidas por esta coluna (...) é a de chamar a atenção dos responsáveis entre nós pelos assuntos de instrução para o valor extraordinário do cinema como auxiliar pedagógico, mostrando o que se tem feito em outros países e o que entre nós se poderia conseguir.

Há, hoje em dia, um certo movimento pela adoção do filme, tanto aqui como nos Estados, principalmente São Paulo e Minas.

(...) Não basta prover certas e determinadas escolas de uma sala e de um aparelho de projeção para ter o problema como resolvido. E, principalmente, o que é mister é não se começar timidamente, porque ensaios assim, em geral, terminam pelo desânimo, não dando ensejo para a apuração dos progressos feitos pelas crianças.

E depois, o que é mister para a eficiência do sistema repousa em grande parte sobre a abundância e a variedade dos programas. É de ver que a simples locação das fitas não animara a importação destas, donde a necessidade de sua aquisição por parte dos organismos que superintendem a instrução. (...) ²⁸

O uso do cinema enquanto meio auxiliar de ensino foi precedido pela criação da Comissão de Censura Cinematográfica, em 1932, e por uma série de publicações importantes, entre as quais, *Cinema e educação*, escrito conjuntamente por Jonatas Serrano e Francisco Venâncio Filho – um dos fundadores da Associação Brasileira de Educação e, assim como Serrano, professor do Colégio Pedro II e da Escola Normal do Rio de Janeiro.²⁹ O livro encontra-se entre as principais referências para o debate sobre o cinema educativo no Brasil.³⁰ Incluída na coleção “Biblioteca de Educação”, organizada por Lourenço Filho,³¹ a publicação de 1931 é dedicada a

²⁸ “O cinema educador”. Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 07 de abril de 1926, nº 06, p. 03.

²⁹ SERRANO, Jonathas; VENÂNCIO Fº, Francisco. *Cinema e Educação*. São Paulo: Melhoramentos, 1931.

³⁰ Dentre as principais obras brasileiras sobre o cinema educativo, pode-se citar: ALMEIDA, Joaquim Canuto Mendes de. *Cinema contra cinema. Bases gerais para organização do Cinema Educativo no Brasil*. São Paulo: Editora Nacional, 1931.; ARAÚJO, Roberto Assumpção de. *O cinema sonoro e a educação*. Tese apresentada para o concurso de técnico de educação. s/l:s/e, 1939.; COSTA, Dante Nascimento. *A questão da freqüência infantil aos cinemas*. Rio de Janeiro: A Encadernadora, 1937.

³¹ Manuel Bergström Lourenço Filho (1897-1970) esteve à frente do Instituto de Educação do Distrito Federal entre 1932 e 1937. Foi chefe de gabinete de Francisco Campos no Ministério da Educação e Saúde Pública durante o primeiro governo de Getúlio Vargas e criou a Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos, em 1944.

Fernando de Azevedo³² e faz inúmeras referências à inclusão de artigos relativos à cinematografia na reforma de ensino do Distrito Federal em 1928.³³

Jonathas Arcanjo da Silveira Serrano (1885-1944), foi, entre outros cargos, subdiretor técnico de Instrução Pública do Distrito Federal (1928-1930), professor catedrático de História da Civilização no Colégio Pedro II, membro da Comissão Nacional de Censura Cinematográfica (1932) e do Conselho Nacional de Educação, fundador da União Católica Brasileira, fundador e presidente do Secretariado de Cinema da Ação Católica e sócio do Instituto Histórico Geográfico Brasileiro, entre outras atividades.³⁴ No período entre 1930 e 1945 configura-se uma redefinição do espaço da Igreja Católica no Brasil, em especial com sua rearticulação com o novo bloco de poder. No Rio de Janeiro, destacam-se o movimento dos intelectuais católicos do Centro Dom Vital e da revista *Ordem*, assim como as presenças marcantes do Cardeal Dom Sebastião Leme e de Jackson de Figueiredo (1891-1928), convertido em 1918 ao catolicismo. Jackson fundou o Centro Dom Vital em abril de 1922, entidade católica leiga com o objetivo de reunir a intelectualidade católica, incluindo a edição de livros com o caráter conservador e polêmico. A revista *A Ordem*, fundada em agosto de 1921, se tornaria seu órgão oficial. Serrano publicou inúmeros artigos na revista.

³² Educador, ensaísta e sociólogo, Fernando de Azevedo (1894-1974) desenvolveu a primeira pesquisa mais abrangente sobre a situação do ensino em São Paulo. Promoveu a grande reforma na educação do Distrito Federal entre 1927 e 1930 e fundou a Biblioteca Pedagógica Brasileira. Em 1932, redige o manifesto dos pioneiros da Educação Nova junto com outros educadores. Um dos introdutores das idéias de Émile Durkheim no Brasil, participa da fundação da Universidade de São Paulo.

³³ Em nota, na página 12 do livro de Serrano e Venâncio Filho, são citados os artigos 633 a 635 (decreto 2.940, de 22 de novembro de 1928): “As escolas de ensino primário, normal, doméstico e profissional, quando funcionarem em eficácia próprios, terão salas destinadas à instalação de aparelhos de projeção fixa e animada para fins meramente educativos. O cinema será utilizado exclusivamente como instrumento de educação e como auxiliar do ensino que facilite a ação do mestre sem substituí-lo. O cinema será utilizado sobretudo para o ensino científico, geográfico, histórico e artístico. a projeção animada será aproveitada como aparelho de vulgarização e demonstração de conhecimentos, nos cursos populares noturnos e nos cursos de conferências... A Diretoria Geral de Instrução Pública orientará e procurará desenvolver por todas as formas, e mediante a ação direta dos inspetores escolares, o movimento em favor do cinema educativo.”

³⁴ Em janeiro de 1945, a “Revista das Academias de Letras”, órgão da Federação das Academias de Letras do Brasil, dedicou um suplemento especial à memória de Jonathas Serrano, falecido no ano anterior, dois dias após ter pronunciado seu último discurso nas dependências da Academia, de onde saiu direto para o hospital. O suplemento traz catorze textos em sua memória, a partir dos quais é possível aproximar-se da importância e da influência de Serrano em seu ambiente. Em: *Jonathas Serrano (in memoriam)*. *Revista das Academias de Letras*, Rio de Janeiro, suplemento especial nº 54, 1945. Ver também: DORIA, Escagnole. “Jonathas Serrano”. *Revista da Semana*, Rio de Janeiro, nº 45, 04/11/1944, p.34.

A ação conservadora frente ao medo da desordem com o crescimento do proletariado a nível mundial reforça o discurso de medo em relação às massas, especialmente em relação à possibilidade de revolução. A Santa Sé estimula o movimento de Ação Católica e a militância leiga no mundo, retirando apoio aos partidos católicos e posicionando-se dubiamente junto aos regimes fascistas europeus. Nesse contexto, falar do catolicismo no Brasil é também refletir sobre a influência desse novo posicionamento da Igreja junto aos intelectuais.

Em 24 de agosto de 1934, o Cardeal Leme envia o pedido de aprovação dos estatutos da Ação Católica Brasileira e Pio XI. A partir dos anos de 1930, esse movimento buscará sua unidade em plano nacional, através de uma centralização e coordenação da direção episcopal e do apostolado de leigos. Questionando uma corrente do catolicismo que estabeleceu uma separação entre esfera pública e esfera privada ao longo do século XIX, estabelecendo a prática da fé apenas ao mundo privado, a Ação Católica busca estabelecer uma ponte entre ambas esferas, entre sagrado e profano, posto que de nada valia a defesa dessa oposição. Em tal concepção, os leigos possuem um papel fundamental, estabelecendo contatos entre a instituição religiosa e os locais não-sagrados. Intelectuais católicos, como Serrano, exercerão funções estratégicas de manifestar a presença da Igreja em outras áreas.³⁵

No prefácio de *Cinema e educação*, Serrano e Venâncio Filho referem-se ao desenvolvimento e aos poderes dos meios audiovisuais: “(...) com o máximo de intensidade de sensações, prazer dos sentidos e da inteligência, riqueza psicológica incomparável e temível, para o mal e para o bem. E cumpre que seja para o bem”.³⁶ A preocupação em fazer uma utilização positiva desse novo meio dá a tônica do livro, e justificam-se afirmando que “todo o mundo culto para isso hoje trabalha”. Visto que o problema cinematográfico também deve ser analisado sob o ponto de vista moral, a preocupação em valorizar o filme artístico, “digno da nossa cultura”,

³⁵ Sobre a política social da Igreja Católica nos anos de 1930 e 1940, ver: SOUZA, Jessie Jane Vieira de. *Círculos operários: a Igreja Católica e o mundo do trabalho no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2002; BEOZO, José Oscar. “A Igreja entre a Revolução de 1930, o Estado Novo e a redemocratização”. Em: FAUSTO, Boris. (org) *História geral da civilização brasileira – o Brasil republicano, volume 4*. 3ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995; NUNES, Clarice. “As políticas públicas de educação de Gustavo Capanema no governo Vargas”. Em: BONEMY, Helena (org.). *Constelação Capanema: intelectuais e políticas*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2001.

³⁶ SERRANO; VENÂNCIO Fº, op. cit., p. 09.

em detrimento de películas perniciosas destaca a necessidade de controlar esse novo meio de expressão que pode influenciar a população.

A relevância política da educação, nesse período, vinha da crença de que as mentes poderiam ser moldadas através do ensino, concebendo uma nova forma de mobilidade social e participação na sociedade.³⁷ Dessa forma, destacam que a criação de meios que regulassem a projeção cinematográfica, que apesar do valor educativo, a força de suas imagens o tornavam “temível”, podendo levar ao descontrole das massas que o assistiam. A pedagogia possuía um lugar destacado na concepção de um novo Estado nacional. Através do ensino – e, como destacam os autores, não apenas da instrução – seria possível reformular valores de uma população em um novo sistema de significados. O objetivo era “a formação da personalidade integral”.³⁸

As colocações acima tomam por base a crença na força sugestiva das imagens animadas. A influência do cinema sobre a população não é assunto freqüente em *Cinearte*, mas aparece em dezembro de 1927 apontando uma preocupação quanto a seu uso estratégico pelas nações estrangeiras e a necessidade de averiguação do poder público dos possíveis, tornando-se um argumento estratégico na constituição de uma indústria cinematográfica nacional:

Sobre a influência exercida pelo Cinema, sobre seu formidável poder de sugestão temos falado por vezes, justamente para solicitar a atenção geral para a necessidade de nacionalizarmos essa indústria.(...)

E o que dizer da ação do Cinema? Dessa hipnotização de duas horas contínuas sobre uma massa de gente passiva, como que dissolvida pela música incessante, e deixando inocular o subconsciente sem querer de tudo o que se passa na tela. Quando se discute gravemente sobre reformas sociais, sobre idéias novas, sobre movimentos de inteligência (...), eu fico pensando que nada valerá de nada se se deixar de lado a ação do cinema sobre o homem de hoje. É escusado dizer que na Alemanha já se escreveu a filosofia do Cinema na vida cotidiana do homem será certamente um fator histórico decisivo (...)

Hoje, o que se pode dizer, com segurança, é que o Cinema é o meio de expansão mais formidável que jamais a humanidade conheceu e

³⁷ SCHWARTZMAN, Simon; BOMENY, Helena; COSTA, Vanda. *Tempos de Capanema*. 2ªed. São Paulo: Paz e Terra: Fundação Getúlio Vargas, 2000. p.70

³⁸ SERRANO; VENÂNCIO Fº, loc. cit., p. 85.

como os Estados Unidos são também, hoje em dia, a massa de homens de poder mais formidável que jamais a história viu reunida e como é lá mesmo o centro de irradiação da indústria cinematográfica -- a conclusão só pode ser uma. O leitor que a tire. (...)³⁹

Se em *Cinema e educação*, as opiniões acerca do cinema voltam-se à preocupação com a sua influência, os artigos de Serrano nas publicações da Ação Católica serão visivelmente posicionados em prol da questão social e do argumento moral perante as películas. É pensando na possível influência junto à sociedade e, especialmente, junto aos católicos que Serrano funda, em 1938, o Secretariado de Cinema da Ação Católica, do qual também será presidente. Criado com a finalidade de aconselhar os espectadores acerca das películas que estavam em cartaz no país, o Secretariado publicava um boletim semanal com um resumo da temática dos filmes, comentários sobre o conteúdo exposto e uma classificação, que poderia o proibir de ser visto ou recomendá-lo para “apenas adultos de critério formado”.

A orientação deste órgão estava diretamente ligada às diretrizes da “Encíclica Vigilante Cura”, cujo principal objetivo era criar oficinas nacionais de cinema, com a missão de classificar as fitas, promover as “boas novas”, organizar salas de cinemas paroquiais e de associações católicas, para oferecer um mercado seguro à indústria e estimular, assim, a produção de bons filmes.⁴⁰

Afiliado ao *Office Catholique International du Cinema*, sediado em Haia desde 1928, o boletim foi aparentemente inspirado no formato do boletim da Legião Mexicana de Decência, membro da Ação Católica Mexicana. O *Apreciaciones sobre películas cinematográficas* organizava os filmes em três classificações: classe A, liberados para serem vistos; classe B, apenas para pessoas de critério formado; classe C, não devem ser vistos e se deve impedir que se vejam – proibidos pela moral cristã.⁴¹

Cenas de embriaguez, roubos, violência, lutas corporais são recriminadas, mas os critérios de avaliação das películas são bastante amplos, englobando desde questões específicas da moral cristã às temáticas nacionalistas. Percebe-se também

³⁹ Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 07 de dezembro de 1927, nº 93, p. 03 e 34.

⁴⁰ ALCÂNTARA, Maria de Lourdes. *Cinema, quantos demônios: a relação da Igreja com o cinema*. São Paulo: Tese de doutorado, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 1990. pp. 09, 10. Ver também: ALMEIDA, Cláudio Aguiar. *Meios de comunicação católicos na construção de uma ordem autoritária: 1907/1937*. São Paulo: Tese de doutorado, Universidade de São Paulo, 2002.

⁴¹ *Apreciaciones sobre películas cinematográficas*. Legión Mexicana de la Decencia, México DF, nº 30, ano VI, 12/08/1939.

o cuidado com a avaliação estética e técnica. A questão dos valores expressos pela película, por outro lado, também é avaliada como possível influência positiva, dando exemplo aos que a assistem. Alguns exemplos:

“Garotas apimentadas”, 20th Century Fox, com Margareth Lockwood. Filme tecnicamente fraco de assunto teatral, apresentando cenas de bailados e trajes inconvenientes. Artistas que procuram casamentos vantajosos. Dado o enredo, mentiras e ditos grosseiros, é filme *desaconselhado a qualquer público*.⁴²

“O Capanga de Hitler” (Hitler’s Madman), Metro, com John Carradine, Allan Curtis e Patricia Morrison. Filme romanceado sobre a destruição de Lídice pelos nazistas. O heroísmo da população tcheca, que resiste às atrocidades dos invasores, é apresentado com realismo. Do princípio ao fim, o espetáculo empolga, mostrando de maneira eloqüente que, na religião e na cultura, se esteia a bravura dos povos oprimidos e se inspira o são patriotismo. A apresentação de cenas de violência, inclusive assassinatos, atos de sabotagem, etc, obriga-nos a fazer restrições que tornam o filme impróprio para crianças. *Para adultos, porém, é recomendável*.⁴³

Após sublinhar o poder de sugestão das imagens nas salas de projeção, Serrano destaca o aspecto moral para o qual o cinema contribui negativamente. Ao invés de dissertar sobre objetivos nobres, os filmes reproduzem comportamentos condenáveis e desprezíveis, “sugestões perniciosas para adultos sem critério seguro (a grande maioria do público, afinal) e não apenas para menores, crianças ou adolescentes”. Culpando o cinema inclusive pelo mau comportamento da platéia nas salas de exibição, como no texto “Cinema e impolidez”,⁴⁴ aqui a preocupação maior é a questão operária:

Se restringirmos o conceito de *social* ao que se refere à questão *operária*, às relações entre patrões e trabalhadores, às lutas de classe, ao capitalismo, enfim, a tudo quanto constitui assunto da *Rerum Novarum*: ainda aqui e talvez aqui mais do que em outros domínios, o cinema pode fazer, e faz, um grande mal ou um grande bem à multidão. Se os produtores, os diretores, os autores colaborassem nesse campo da educação dos sentimentos! (...)

⁴² Boletim semanal nº 57 do Secretariado de Cinema e Imprensa da Ação Católica. 21/07/1944. Mimeo. Coleção Jonathas Serrano, Arquivo Nacional. (grifo do autor)

⁴³ Boletim semanal nº 55 do Secretariado de Cinema e Imprensa da Ação Católica. 07/07/1944. Mimeo. Coleção Jonathas Serrano, Arquivo Nacional. (grifo do autor)

⁴⁴ SERRANO, Jonathas. “Cinema e impolidez”. Mimeo. Coleção Jonathas Serrano, Arquivo Nacional. (grifos do autor)

Serrano é uma das principais referências em *Cinearte* para o debate sobre o cinema educativo, freqüentemente citado nas páginas da revista. Atuando como “despertador” para o cinema entre os católicos, defendeu normas precisas frente a um problema moral, que também deverá ser combatido através da censura de películas. *Cinearte* é bastante favorável à censura, posição essa justificada em prol da preservação da imagem do Brasil no exterior e da freqüência infantil aos cinemas.

3.2. O cinema nos anos 1930: a intervenção do Estado varguista

No decreto nº 21.240, de 04 de abril de 1932, estão assentados os objetivos do Governo para o cinema, bem como a concepção sobre sua utilidade. Apesar de longos, os “considerando” são valiosos por sua clareza e precisão:

Considerando que o cinema, sobre ser um meio de diversão, de que o público já não prescinde, oferece largas possibilidades de atuação em benefício da cultura popular, desde que convenientemente regulamentado;

Considerando que os favores fiscais solicitados pelos interessados na indústria e no comércio cinematográfico, uma vez concedidos mediante compensações de ordem educativa, virão incrementar, de fato, a feição cultural que o cinema deve ter;

Considerando que a redução dos direitos de importação dos filmes impressos virá permitir a reabertura de grande número de casas de exibição, com o que lograrão trabalho numerosos desempregados;

Considerando, também, que a importação do filme virgem, negativo e positivo, deve ser facilitada, porque é matéria prima indispensável ao surto da indústria cinematográfica no país;

Considerando que o filme documentário, seja de caráter científico, histórico, artístico, literário e industrial, representa, na atualidade, um instrumento de inigualável vantagem, para a instrução do público e propaganda do país, dentro e fora das fronteiras;

Considerando que os filmes educativos são material de ensino, visto permitirem assistência cultural, cora vantagens especiais de atuação direta sobre as grandes massas populares e, mesmo, sobre analfabetos ;

Considerando que, a exemplo dos demais países, e no interesse da educação popular, a censura dos filmes cinematográficos deve ter cunho acentuadamente cultural; e, no sentido da própria unidade da

nação, como vantagens para o público, importadores e exibidores, deve funcionar como um serviço único, centralizado na capital do país (...)⁴⁵

O Decreto 21.240/32 nacionaliza o serviço de censura dos filmes exibidos no Brasil. Até então, a censura era realizada pela polícia de cada localidade. Entre outras providências, o decreto obrigava, em seu artigo 12, a inclusão de um filme educativo em cada exibição nas salas de cinema. Junto aos programas, deveriam ser incluídos *shorts* que fizessem divulgação de conhecimentos científicos, motivos artísticos, divulgação cultural ou que revelassem aspectos da natureza (artigo 7, § 3º).

A partir de então, passa a ser exigido um certificado do Ministério da Educação e Saúde Pública para exibição de filmes em todo o território nacional (artigo 2), que deverão ser aprovados pela Comissão de Censura Cinematográfica, que se instalaria junto ao Museu Nacional, e após o pagamento da "Taxa cinematográfica para a educação popular" (artigo 3).⁴⁶

O mesmo decreto, em seu artigo 13, obriga a exibição de uma quantia fixa de produções nacionais nos programas das salas exibidoras, "tendo em vista a capacidade do mercado cinematográfico brasileiro, e a quantidade e a qualidade dos filmes de produção nacional". A fiscalização do cumprimento do decreto era tarefa da polícia.

De acordo com o relatório da Associação Cinematográfica dos Produtores Brasileiros, o Decreto trouxe apenas o único resultado benéfico imediato para o Cinema Brasileiro: a redução da tarifa para o filme virgem.

O decreto evitou o colapso e reanimou os abnegados propugnadores do Cinema Brasileiro, trazendo-lhes a esperança dos favores prometidos pelo Convênio a realizar-se dentro de seis meses.⁴⁷

⁴⁵ Decreto 21.240, de 04 de abril de 1932. "Nacionaliza o serviço de censura dos filmes cinematográficos, cria a "Taxa Cinematográfica para a Educação Popular", e dá outras providências." Coleção de Leis do Brasil, vol 02, p. 06.

⁴⁶ O dinheiro arrecadado com a Taxa Cinematográfica foi investido na aquisição de filmes educativos para a Filмотeca do Museu Nacional, na edição de quinze mil exemplares da Revista Nacional de Educação, de distribuição gratuita, e no pagamento das despesas com a Comissão de Censura. GC g 1934.00.00/2. "Exposição de motivos", 1934. Arquivo Gustavo Capanema, CPDOC/FGV.

⁴⁷ Associação... op. cit., pp. 05, 06.

O decreto agendava, para o prazo máximo de 180 dias, a realização de um Convênio Cinematográfico Educativo para instituição de um cine-jornal, de espetáculos infantis permanentes, de incentivos à produção para empresas brasileiras e de apoio ao cinema escolar. Além disso, instituía as diretrizes da censura cinematográfica, a ser implantada após o Convênio. Deveria ser verificado se o filme poderia ser exibido ao público integralmente, se poderia ser classificado como filme educativo e se deveria ser declarado impróprio para menores. Citando o artigo 8º do Decreto:

Será justificada a interdição do filme, no todo ou em parte, quando:

I. Contiver qualquer ofensa ao decoro público.

II. For capaz de provocar sugestão para os crimes ou maus costumes.

III. Contiver alusões que prejudiquem a cordialidade das relações com outros povos.

IV. Implicar insultos a coletividade ou a particulares, ou desrespeito a credos religiosos.

V. Ferir de qualquer forma a dignidade nacional ou contiver incitamentos contra a ordem pública, as forças armadas e o prestígio das autoridades e seus agentes.

Em muitos pontos, os critérios estabelecidos no decreto aproximam-se da censura realizada pela Ação Católica em seus boletins. Nas atas das reuniões extraordinárias da Comissão de Censura Cinematográfica, podem ser acompanhadas as discussões acerca dos critérios de classificação dos filmes e reconsiderações das avaliações realizadas.⁴⁸

O Convênio Cinematográfico realizou-se nos dias 03, 04 e 05 de janeiro de 1933, com a participação de educadores, jornalistas, cineastas, membros do governo, exibidores, representantes dos governos estaduais. O arquivo do Museu Nacional guarda os registros dessas discussões, que foram, depois de aprovadas,

⁴⁸ A comparação entre as avaliações das películas segundo os boletins da Ação Católica e as atas das reuniões ordinárias da Comissão de Censura Cinematográfica seria uma pesquisa riquíssima. Infelizmente, foram encontradas apenas as atas das reuniões extraordinárias e as listagens contendo os filmes examinados e a classificação, que se encontram, junto com o restante da documentação pesquisada sobre a comissão, no arquivo do Museu Nacional, no Rio de Janeiro.

encaminhadas ao Ministério da Educação e Saúde Pública. Nessas sessões, podemos acompanhar as intervenções dos participantes, a grande maioria deles ligados a área de cinema e, em especial, ao grupo da Associação de Produtores

No dia 11 de janeiro do mesmo ano, foi formada uma comissão encarregada de coordenar as propostas apresentadas durante os dias de reunião para encaminhá-las ao Governo Provisório. Reuniram-se no Salão de Conferência do Museu Nacional, sob presidência do diretor Edgard Roquette-Pinto, os senhores Benedicto Lopes, Francisco Venâncio Filho, Alberto Torres Filho, Adhemar Leite Ribeiro, Carlos Magalhães Lebeis e Adhemar de Almeida Gonzaga (Lourenço Filho e Moura Carijó faltaram e Teixeira de Freitas justificou a sua ausência). Dentre os pedidos encaminhados, destacam-se as solicitações de isenção para transporte de profissionais e material para filmagem de assuntos educativos, expedicionários e turísticos em território nacional, bem como a redução de direitos de importação para aquisição de material; a isenção de impostos federais, estaduais e municipais, por três anos, às empresas cinematográficas brasileira que instituírem “cine-jornais semanais, sonoros ou silenciosos, com motivos nacionais, ou que fabricarem filmes educativos”; controle dos espetáculos infantis, exibindo apenas películas consideradas próprias pela Comissão de Censura Cinematográfica, ou seja, sem exaltação à guerra, à violência, sem aventura de bandidos ou fitas demasiado extensas; “que o governo conceda favores especiais nos cinemas que incluïrem nas suas projeções infantis filmes educativos nacionais”; redução da Taxa Cinematográfica para a Educação Popular para os filmes produzidos no Brasil.⁴⁹

Nas colocações da Comissão, podemos observar propostas contraditórias entre si. Uma das explicações advém da pluralidade de proponentes, refletida também na Comissão, que possui representantes tanto da Associação Cinematográfica de Produtores Brasileiros – aliás, Ademar Gonzaga – quanto do Sindicato Cinematográfico de Exibidores, no caso, seu diretor Adhemar Leite Ribeiro. O exemplo mais evidente está na proposta de número 23:

Que o Governo conceda isenção de direitos de importação para filmes virgens e para o material destinado a indústria do filme brasileiro, silencioso ou sonoro, bem como de impostos estaduais,

⁴⁹ “Reunião da Comissão de que trata o artigo 7º das instruções baixadas pelo Snr. Ministro da Educação para o Convênio Cinematográfico Educativo”. Fundo Comissão de Censura Cinematográfica, Museu Nacional. 05 p.

municipais e federais a todos os estúdios nacionais, produtores e distribuidores exclusivos de filmes brasileiros, pelo prazo de 3 anos; (...)

Linhas antes, após reafirmar a obrigatoriedade de exibição de filmes realizados no país, diariamente, nos cinemas do território nacional, na proposta de número 16 é colocado.

Que o Governo conceda aos filmes negativos impressos, importados, os favores de que atualmente goza o filme virgem (...)

As propostas encaminhadas pela Comissão solicitam benefícios tanto para produtores brasileiros quanto para exibidores, que trabalham com o material estrangeiro. Ao contrário das propostas de inibição da importação, defendidas por toda a indústria brasileira, no caso do cinema, ela não se aplica. Ao mesmo tempo, como destaca Bernardet, é estabelecida uma quota para o filme nacional e não ao contrário, protegendo o cinema estrangeiro e não a produção local.⁵⁰

A Comissão de Censura Cinematográfica inicia suas atividades em maio de 1933. O grupo de censores era composto por um representante do Chefe de Polícia, um representante do Juizado de Menores, o diretor do Museu Nacional, um professor designado pelo Ministério da Educação e Saúde Pública e uma educadora indicada pela Associação Brasileira de Educação, além de membros designados pelo ministro da Educação e Saúde Pública para as funções de secretário-arquivista e três suplentes. Serão membros representantes da Comissão: Jonatas Serrano e João Rangel Coelho, representantes do Ministro da Educação; Carlos Magalhães Lébeis e Plácido Modesto de Melo, representantes do Juiz de Menores do Distrito Federal; Sílvio Júlio de Albuquerque Lima, Eduardo Pacheco de Andrade e José Pinto de Montojas, representantes do Chefe de Polícia do Distrito Federal; Armanda Álvaro Alberto, representante da Associação Brasileira de Educação; Ademar Leite Ribeiro, representante da Associação Brasileira Cinematográfica; Antônio Camilo de Oliveira e Gastão Paranhos Rio Branco, representantes do Ministério das Relações Exteriores; Benedito Lopes e Clóvis Martins, Eduardo Pacheco de Andrade e Gastão Soares de Moura Filho, suplentes. A presidência coube ao diretor do Museu Nacional, Roquette Pinto, até 1935, sendo substituído por Alberto Betim Paes Leme.

⁵⁰ BERNARDET, op. cit., p. 36.

A relação dos filmes examinados era publicada em Diário Oficial e divulgada para os veículos de imprensa da Capital. Instituída a Comissão de Censura Cinematográfica, foi realizada uma reunião no Museu Nacional da Associação junto a Ademar Leite Ribeiro a fim de estabelecer um projeto que possibilitasse o cumprimento do artigo referente à obrigatoriedade através de um “pacto” entre produtores e exibidores. O relatório da Associação Cinematográfica de Produtores Brasileiros narra as reuniões que levaram ao contrato firmado com o Sindicato de Exibidores Cinematográficos.

Pelo mecanismo das Instruções tinham os produtores que apresentar, do dia 26 de agosto de 1934 em diante, oito complementos por semana que satisfizessem, isto é, que fossem julgados pela Comissão de Censura de “boa qualidade”.

Essa obrigação resultava imperativa e sua não observância anulava tudo até então conseguido, de vez que, um dos dispositivos das Instruções determina que na ausência de filmes no mercado seriam as mesmas suspensas. Cálculos exatos determinavam que o mercado só poderia ser suprido com a produção semanal de oito complementos, com três cópias cada um.⁵¹

Desses encontros, foi criada a Distribuidora de Filmes Brasileiros, a D.F.B., departamento da Associação responsável pela distribuição de películas – inclusive as produzidas pelo governo a partir de 29 de março de 1935. Esse convênio durará até a implantação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) que, segundo o decreto que o institui, fica responsável também pela distribuição das películas.⁵² O acordo firmado com o Sindicato de Exibidores Cinematográficos versava sobre os preços a serem adotados no aluguel dos complementos nacionais. A Associação comprometia-se em fornecer filmes nacionais aos exibidores vinculados ao Sindicato com preços estabelecidos em contrato, segundo a categoria da sala de exibição em questão.⁵³ Não se sabe se, para o resto do país, foram firmados outros acordos para

⁵¹ Associação... op. cit., p. 57.

⁵² Sobre o Departamento de Imprensa e Propaganda e a organização do cinema dentro desse órgão, consultar: SOUZA, José Inácio de Melo. *O Estado contra os meios de comunicação (1889-1945)*. São Paulo: Annablume/Fapesp, 2003; GOULART, Silvana. *Sob a verdade oficial: ideologia, propaganda e censura no Estado Novo*. São Paulo: Marco Zero, 1990.

⁵³ Associação... op. cit., p. 59. As salas de exibição foram divididas em cinco categorias: classe extra, classe primeira, classe segunda, classe terceira, classe quarta, segundo a localização e infraestrutura dos estabelecimentos. Dessa forma, o cinema Odeon, considerado “classe Extra” pagaria 30.000\$000 por dia de exibição de película standard, de metragem não superior à 150 metros, enquanto que o cinema Bento Ribeiro, de “classe quarta”, pagaria pelo aluguel do mesmo rolo 5.000\$000.

exibição dos complementos ou como ficou a inspeção sobre a projeção dessas películas, que cabia à polícia de cada localidade.

De toda forma, a negociação por espaços de projeção de películas e de financiamento dos filmes educativos passou, inicialmente, por um acordo com os exibidores, de modo a possibilitar sua execução. As reclamações correntes de que o cinema nacional não se desenvolvia por falta de espaço serão amparadas por uma legislação que obrigava a exibição do complemento nacional, porém estabelece uma quota aquém da possibilidade das mais de quarenta produtoras cinematográficas estabelecidas no país até 1936.

Na opinião de *Cinearte*, “os filmes brasileiros vieram numa percentagem modesta, medida mínima de apoio ao Cinema Nacional em relação às leis de proteção ao cinema em outros países menos aparelhados do que o nosso”.⁵⁴ Ao mesmo tempo, louva o “reconhecimento oficial do cinema educativo”, esse “meio básico para a solução do problema brasileiro”, que irá contrabalançar a má influência do cinema de diversão – frisa a revista, na visão daqueles que acreditam nessa assertiva. Entre eles, pode-se incluir Canuto, Serrano e o próprio Behring, já falecido, então lembrado por Pedro Lima em sua coluna “Cine Diário” no jornal *Diário da Noite*, ao noticiar as primeiras sessões de cinema exclusivas para crianças.⁵⁵

O cinema é visto como uma importante fonte de esclarecimento e persuasão da sociedade brasileira. Vargas destaca, em um discurso de 1934:

Ora, entre os mais úteis fatores de instrução, de que dispõe o Estado moderno, inscreve-se o cinema. Elemento de cultura, influenciando diretamente dobre o raciocínio e a imaginação ele apura as qualidades de observação, aumenta os cabedais científicos e divulga o conhecimento das coisas (...). Para a massa de analfabetos, será essa a disciplina pedagógica mais perfeita, mais fácil e impressiva. Para os letrados, para os responsáveis pelo êxito da nossa administração, será uma admirável escola.⁵⁶

Para “temperar o caráter do cidadão”, o cinema é um instrumento que o Estado utiliza para cumprir o dever de adaptá-lo ao seu espaço, “influindo

⁵⁴ Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 01º de outubro de 1934, nº 400, p. 07.

⁵⁵ “Um espectáculo que merece applauso”. *Diário da Noite*, Rio de Janeiro, 15 de agosto de 1933. Arquivo Pedro Lima/Cinemateca Brasileira.

⁵⁶ “O cinema nacional elemento de aproximação dos habitantes do país (discurso proferido na manifestação promovida pelos cinematografistas em 25 de junho de 1934)”. VARGAS, Getúlio. *A nova política do Brasil*, volume 3, Rio de Janeiro, José Olympio Ed., 1938, p. 183-189.

diretamente sobre o raciocínio e a imaginação”. Suas principais funções seriam aproximar os núcleos humanos espalhados pelo território, sendo “um livro de imagens luminosas na qual populações praiadeiras e rurais aprenderão a amar o Brasil”, no qual “a raça que assim se formar será digna do patrimônio invejável que recebeu”.⁵⁷

A partir da reorganização do Departamento Oficial de Propaganda, que desde julho de 1931 elaborava, entre outras atividades, a “Hora do Brasil”, fornecendo informações oficiais para a imprensa, foi criado o Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (DPDC), em 10 de julho de 1934.⁵⁸ É importante destacar que, nesse contexto, os principais mercados cinematográficos, em todo mundo, estão discutindo o domínio avassalador da produção estrangeira (no caso, de Hollywood) e pensando em formas de contrapor, não apenas a influência, mas a manutenção do seu cinema nacional. *Cinearte*, é claro, não fica de fora dessa discussão. Em 25 de junho de 1928, o Editorial trazia as seguintes notícias:

Ainda recentemente, um Decreto (18 de fevereiro) francês opôs restrições à entrada dos filmes estrangeiros em território francês, subordinando a importação a certas condições tendentes todas a incrementar a indústria francesa do filme.

Os produtores americanos movimentaram-se, sendo necessário mesmo que Will Hays, o ditador do Cinema nos Estados Unidos, fosse à França estudar e debater o assunto.

Depois de vários debates, foram feitas modificações no corpo do regulamento que baixou para a execução do referido Decreto, modificações que se satisfazem em parte os alarmas do produtor americano, obrigam este, entretanto, a deslocar parte de suas atividades para a França, pois para *importar sete filmes estrangeiros, terá ele que produzir em França um filme*. (...)

A Alemanha, com a política de proteção aos seus filmes, conseguiu melhorar muito a sua produção como produtora. (...)

Parecerá que isso nenhuma importância para nós oferece.

Entretanto, é bom que reflexionemos sobre o assunto.⁵⁹

⁵⁷ Idem, pp. 188, 189.

⁵⁸ GARCIA, Nelson Jahr. *O Estado Novo: Ideologia e propaganda política. A legitimação do Estado autoritário perante as classes subalternas*. São Paulo: Edições Loyola, 1982. p. 99.

⁵⁹ Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 25 de junho de 1928, nº 126, p. 03.

O cinema educativo apresentou-se, em inúmeros casos, como uma das formas de combater essa influência. Se por um lado, configurava-se em um incentivo do governo à “cavação”, tinha como benefício a institucionalização de uma identidade nacional, reforçada pelas imagens postas na tela.⁶⁰

Para o caso do cinema, o intercâmbio de informações em nível internacional possibilitou que se constituíssem, no Brasil, práticas específicas para a área, em permanente diálogo com representações estatais estrangeiras. Note-se que pensar um “modelo comum da diferença”⁶¹ implica trabalhar as especificidades de cada espaço e de cada povo que se deseja mostrar como único, autêntico e diferente dos demais. É estabelecido um diálogo com um auditório conhecido – sobre o qual o conhecimento do contexto social, econômico, político e cultural é fundamental – e através de uma linguagem que se julga a mais apropriada e eficaz.⁶² Por este caminho, mesmo que esteja baseada em premissas e objetivos comuns, a política cultural ensejada por um governo tenderá a ser aplicada de maneira distinta, posto que são dadas a atuar em estruturas diferentes e a partir de substratos que dirão respeito apenas àquele meio.

3.3. O Instituto Nacional de Cinema Educativo e a campanha *Cinearte* pelo cinema brasileiro

Os primeiros movimentos relacionados a preocupações acerca da influência e das possibilidades do cinema estão vinculados, como foi mostrado anteriormente, aos debates realizados por pedagogos cariocas e paulistas ligados à Escola Nova, esforço educacional que se organizava ao redor de grandes temas e cuja principal bandeira era a escola pública, gratuita e universal. Através do ensino, criar-se-ia uma igualdade de possibilidades na população, dotados então dos mesmos

⁶⁰ Estudos sobre a implantação do cinema educativo no Brasil, analisando a produção de películas para essa finalidade, vêm sendo desenvolvidos nos programas de pós-graduação em História, pelo menos, desde o início dos anos de 1990. Entre os trabalhos, destaca-se aqui os títulos: MORETTIN, Eduardo Victorio. *Cinema e história: uma análise do filme “Os Bandeirantes”*. São Paulo: Dissertação de mestrado, Universidade de São Paulo, 1994.; ROSA, Cristina Souza da. *Imagens que educam: o cinema educativo no Brasil dos anos 1930 e 1940*. Niterói: Dissertação de mestrado, Universidade Federal Fluminense, 2002.

⁶¹ THIESSE, Anne-Marie. “Ficções criadoras: as identidades nacionais”. *Anos 90*, Porto Alegre, nº 15, p. 07-23, 2001/2002.

⁶² PERELMAN, Chaïm; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. *Tratado da argumentação – a nova retórica*. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

instrumentos, que se incorporaria ao Estado sem a tutela de corporações ou organizações sectárias.⁶³ Entre 1927 e 1937, calcula-se que as revistas pedagógicas oficiais publicaram sessenta artigos sobre a questão do cinema educativo.⁶⁴

O artigo 22 do Decreto 21.240/32 informa a criação futura de um órgão técnico dentro do Ministério da Educação e Saúde Pública que, bancado pela renda da taxa cinematográfica, teria por atribuições “não só a estudar e orientar a utilização do cinematógrafo, assim como dos demais processos técnicos que sirvam como instrumentos de difusão cultural”. O Instituto Nacional de Cinema Educativo (INCE) inicia suas atividades em 1936, sob direção de Edgard Roquette Pinto, precedido pela breve atuação da Comissão de Censura Cinematográfica, em 1932.⁶⁵ Antes, porém, em 1934, as atribuições do Ministério da Cultura e Saúde Pública, relativas à censura cinematográfica, são repassadas ao Ministério da Justiça, a partir da publicação do Decreto nº 24.651, de 10 de julho de 1934.

O decreto, na íntegra, é publicado em *Cinearte* com o título “O governo está completando as leis de proteção ao cinema brasileiro”.⁶⁶ Sem Mário Behring, morto um ano antes, a análise sobre as providências tomadas pelo governo federal é idêntica àquela apresentada pela Associação Cinematográfica de Produtores Brasileiros, confirmado pelo próprio texto da seção “Cinema Brasileiro”, que justifica o atraso dos comentários por conta das atividades daquela associação. A perspectiva ainda é positiva.

Os recentes decretos vão ter ainda melhores opiniões de nossa parte, mas de uma cousa estamos certos. Não tememos a falta de produções nem o desagrado das platéias se persistir a união de todos os produtores e técnicos do nosso Cinema.⁶⁷

O ano de 1935 na revista é marcado pela retomada da “Campanha *Cinearte* pelo Cinema Brasileiro”. A batalha pelo reconhecimento da filmagem nacional nunca deixou de existir. Nesse momento, todavia, após a classe cinematográfica ter

⁶³ SCHWARTZMAN, Simon; BOMENY, Helena; COSTA, Vanda. *Tempos de Capanema*. 2ªed. São Paulo: Paz e Terra: Fundação Getúlio Vargas, 2000. pp.70, 71.

⁶⁴ MORETTIN, Eduardo Victorio. *Cinema e história: uma análise do filme “Os Bandeirantes”*. São Paulo: Dissertação de mestrado, Universidade de São Paulo, 1994. p.40.

⁶⁵ Sobre a organização e o funcionamento do Instituto Nacional do Cinema Educativo, consultar: RIBEIRO, Adalberto Mário. *Instituições Brasileiras De Cultura*. Rio de Janeiro: Ministério da Educação e Saúde, Serviço de Documentação, 1945.

⁶⁶ Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 15 de junho de 1934, nº 393, p. 05.

⁶⁷ Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 15 de agosto de 1934, nº 396, p. 03.

reivindicado, negociado e recebido incentivos do governo federal, a preocupação em mudar a imagem do cinema brasileiro junto à população torna-se pauta freqüente. Já nos primeiros números do ano, *Cinearte* responde às críticas de alguns jornais do Rio de Janeiro, entre eles, ao *Jornal do Comércio*, que desacredita a produção nacional de filmes porque toda a aparelhagem e matéria-prima utilizadas são importadas. Do mesmo modo, o jornal afirma que, em caso da concorrência, ou seja, dos países que adquirem esse material começarem a produzir um cinema de qualidade, este abastecimento seria suspenso pelos fornecedores, a maior parte concentrados nos Estados Unidos. *Cinearte* considera as colocações absurdas:

Não há receio, pois, que a indústria brasileira de cinema termine sufocada pela falta de aparelhamento. O excesso deste, sim, o qual o nosso cinema vem armazenando cuidadosamente, é que acabara por derrubar muito tabu que por aí existe.⁶⁸

A Campanha atribui à incompreensão e ao falso patriotismo as atitudes negativas em relação ao cinema nacional.

Incompreensão, porque a grande massa do público não sabe nem jamais chegará a saber a soma de esforços que já requereu a elevação da indústria brasileira de cinema ao grão de adiantamento em que se encontra atualmente. Desconhece os escolhos que ainda falta remover, as dificuldades com que ainda lutamos. Em suma, vê o Cinema Brasileiro de um ponto de vista muito diferente do da pessoa enfronhada na questão.

Existe falso patriotismo, esse sim, oriundo da má fé, porque visa levantar a opinião pública sem razão de ser, utilizando-se do acendrado nacionalismo brasileiro. Nós somos um povo jovem bastante, ao qual ainda falta muito para atingir o "clímax" de seu desenvolvimento.⁶⁹

O mesmo artigo fala, ainda, na necessidade de obtenção de auxílio estrangeiro como um colaborador "na grande obra da construção da nacionalidade", o que se tornaria concreto em seguida, no início dos anos de 1940, com intercâmbios de técnicos norte-americanos, manuais de cinema e panfletos junto ao Ministério da Educação e Saúde Pública, além das políticas implementadas pelo

⁶⁸ Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 01º de fevereiro de 1935, nº 408, p. 06.

⁶⁹ Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 01º de fevereiro de 1935, nº 408, p. 06.

Office of Inter-american Affairs do governo dos Estados Unidos, através dos programas elaborados pelo setor “Motion Pictures”.⁷⁰

A Campanha *Cinearte* pelo Cinema Brasileiro reafirma os propósitos da revista: seu caráter informativo, crítico, em prol do bom espetáculo cinematográfico, independente de sua nacionalidade. Nas palavras de *Cinearte*:

A campanha *Cinearte* pelo Cinema Brasileiro não é incompatível com o cinema estrangeiro.

Cinearte é uma revista cinematográfica. (...) Nós somos, antes de tudo, pelo cinema! O cinema em geral! (...)

Se alguém numa discussão mais viva combate o cinema estrangeiro, não deixa de ser natural. As comparações são feitas, sem relação, pelos pessimistas e – por que não dizer? – inimigos do nosso cinema. Não julgamos, entretanto, que se deva combater o cinema estrangeiro para a criação do nosso. (...)⁷¹

Paralelamente ao desenvolvimento das revistas especializadas, é através do Instituto que se darão os principais contatos com as formas de organização do cinema no exterior. Uma exposição de motivos, de 1935, para a criação do Instituto do Cinema Educativo destaca:

Não é aconselhável demorar por mais tempo a realização de tão útil programa. Por toda parte, no território nacional, os educadores já se convenceram das vantagens de utilizar corretamente aqueles processos de cultura espiritual. Instituições particulares e oficiais, municipais, estaduais ou federais – cada dia mais se preocupam com o aproveitamento do cinema educativo, nem sempre encontrando, no entanto, a necessária assistência técnica por parte do Estado. Por outro lado, urge dar aos processos modernos de registro da palavra (discos, etc) a orientação e o controle que venham impedir edições nocivas à boa educação do povo, aproveitando-os na divulgação das lições dos grandes mestres, coisa até agora praticamente inexistente. (...)⁷²

Ainda a ser criado, o Instituto Brasileiro de Cinematografia Educativa, em outro projeto também de 1935, teria por objetivos “orientar a utilização da cinematografia na obra da educação nacional, em todas as suas modalidades;

⁷⁰ Sobre as atividades do *Office of Inter-american Affairs* no Brasil, ver: LEITE, Sidney Ferreira. *O filme que não passou: Brasil e Estados Unidos na política de boa vizinhança. A diplomacia no cinema*. São Paulo: Tese de doutorado, Universidade de São Paulo, 1998.

⁷¹ Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 01º de junho de 1935, nº 416, p. 03.

⁷² GC g 1935.00.00/2. Instituto de Cinema Educativo (Projeto). Exposição de Motivos. Arquivo Gustavo Capanema, CPDOC/FGV.

coordenar todos os elementos de informação relativos à utilização da cinematografia afim de atender às consultas de caráter educativo e cultural”, além de incentivar a produção e exibição de películas, organizar uma filmoteca, supervisionar o serviço de censura e “entrar em entendimento com todos os serviços, instituições ou empresas, oficiais e particulares, nacionais e estrangeiras, que se interessem pela cinematografia educativa ou cultural”.⁷³

Tal era o caso do Instituto Internacional do Cinema Educativo, criado em Roma em 1928 e ligado à Sociedade das Nações. Em seu discurso de abertura, em 05 de novembro, Benito Mussolini destacou a vantagem do cinema sobre o livro e o jornal: “falar uma língua compreensível a todos os povos da terra. Fala aos olhos e daí o seu caráter de universalidade e as inúmeras possibilidades que oferece para uma colaboração educativa de ordem internacional”.⁷⁴ Em *Cinearte*, o Instituto é apresentado aos leitores em texto de Jonatas Serrano na edição número 174, em 26 de junho de 1929. Composto por um Conselho Administrativo de quatorze nacionalidades e dirigido por um presidente de origem italiana, o Instituto propunha-se a publicar uma revista em cinco idiomas, a *Revista Internazionale del Cinema Educatore*, dedicada aos aspectos técnicos, artísticos, científicos e sociais do cinema.⁷⁵ O Brasil manteve contatos estreitos com o Instituto. Além da troca de informações sobre legislação cinematográfica e sobre os filmes aqui produzidos, um dos projetos de decreto sobre censura cinematográfica no país foi elaborado por Luciano de Feo, presidente do Instituto, e José Roberto Macedo Soares, encarregado dos Negócios do Brasil na Itália.

Naturalmente, o conhecimento da organização dos institutos europeus destinados ao cinema educativo era primordial para a formulação do INCE. Em relatório datado em 24 de fevereiro de 1937, Roquette Pinto descreve como estes se organizavam na França, na Itália e na Alemanha, com informações detalhadas sobre os objetivos das películas e os meios de exibição. Destaca-se o exemplo alemão, posto que a organização da indústria cinematográfica alemã é apontada como uma das principais referências às medidas aplicadas posteriormente no Brasil, em certos

⁷³ GC g 1935.00.00/2. Objetivos do Instituto Brasileiro de Cinematografia Educativa. Arquivo Gustavo Capanema, CPDOC/FGV.

⁷⁴ SERRANO e VENÂNCIO Fº, op. cit., p. 31.

⁷⁵ Idem, p. 82.

casos, inclusive, “em detrimento dos outros países, inclusive o da Itália”.⁷⁶ Entretanto, é questionável a afirmação que o governo brasileiro teria seguido este modelo (e à risca).

Na Alemanha, apesar de numerosos institutos especializados, o órgão central é o Instituto Nacional do Filme Didático (*Reichsstelle für den Untenrrichtsilm*), subordinado ao Ministério da Educação. Roquette Pinto destaca a separação do cinema de propaganda ou industrial, designado ao Ministério da Propaganda, aos quais estão ligados o Arquivo Nacional do Filme (*Reichsfilmsarchiv*) e a Câmara Nacional do Filme (*Reichsfilmkammer*). O Instituto era assistido por um Conselho Diretor do qual faziam partes representantes do Ministério da Educação, representantes do Ministério da Propaganda, representantes da União dos Divertimentos Nacionais, representantes dos governos locais, representante da Câmara do Filme e da Liga dos Professores Nazistas. Além deste, também existia um Conselho Técnico. Por outro lado, o cinema de propaganda reorganizou-se a partir da compra da Universum-Film-Aktiengesellschaft, a Ufa, criada em 1917 pelo General Ludendorff e com o apoio de grandes bancos alemães. A empresa controlava a produção e exploração das películas desde a fabricação do filme virgem até sua comercialização, absorvendo uma série de empresas existentes em sua trajetória. O complexo cinematográfico alemão tornou-se, antes da Segunda Guerra, o segundo produtor mundial, atrás apenas dos Estados Unidos. A nacionalização da indústria cinematográfica dar-se-ia gradativamente, até 1937. Aproximadamente, 1350 películas seriam produzidas nos doze anos do regime.⁷⁷

Independente de não mais pertencer à Liga das Nações, foi acenado ao Brasil a possibilidade de integrar o Instituto Internacional do Cinema Educativo. Na Itália, Roquette Pinto doou ao Instituto uma cópia do primeiro filme editado pelo INCE, “Lição prática de Taxidermia”. Ao finalizar o relatório, após a exposição, conclui:

A vista destas notas vê-se que o INCE, na sua organização provisória resolvida por V. Ex. [Gustavo Capanema, ministro da Educação e Saúde Pública] e aprovada pelo Sr. Presidente da

⁷⁶ SOUZA, Carlos Roberto de. “Cinema em tempos de Capanema”. Em: BONEMY, Helena M. (org). *Constelação Capanema: intelectuais e políticos*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2001. p. 160.

⁷⁷ Sobre a organização do cinema na Alemanha nos anos de 1930, ver: KRACAUER, Sigfried. *De Caligari a Hitler – uma história psicológica do cinema alemão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1988; FURHAMMAR, Leif e ISAKSSON, Folke. *Cinema e política*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976; NAZÁRIO, Luís. *De Caligari a Lili Marlene: cinema alemão*. São Paulo: Global Editora, 1983.

República em 1936, não copiou servilmente nenhum dos grandes modelos do continente europeu. Procurei outras soluções práticas correspondentes às condições do Brasil, sem desprezar a referência dos precursores.⁷⁸

O INCE coordenava todas as etapas de produção dos filmes educativos. Também distribuía as películas junto às escolas. A projeção nos cinemas ficava sob responsabilidade da Distribuidora de Filmes Brasileiros (DFB), ligada ao departamento comercial da Associação Cinematográfica dos Produtores Brasileiros.⁷⁹ Mesmo com a organização do Instituto, produtoras como a Cinédia seguem realizando filmes educativos com incentivo do governo.

Entretanto, essa situação muda a partir de 30 de dezembro de 1939, com o decreto-lei nº 1.949, que criou o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), órgão autônomo e diretamente subordinado à Presidência da República que centralizou a propaganda nacional e coordenou a emissão de informação aos serviços e meios de informação, bem como a promoção da cultura brasileira.

Uma das principais conseqüências de sua criação foi a centralização das atividades vinculadas ao cinema no Departamento, enfraquecendo a atuação do INCE e do Gabinete Cinematográfico do Serviço de Informação Agrícola, órgão junto ao Ministério da Agricultura, no qual Pedro Lima trabalhava. Ao Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), a partir de 1939, também ficou a responsabilidade de produzir os filmes de propaganda governamental, assim como a censura das películas. Os grupos ligados à área cinematográfica, organizados em associações e sindicatos, também saíram prejudicados. Os recursos antes destinados à produção de películas educativas fora do INCE são revertidas o DIP, encarregado dessas produções a partir de 1940.

De todo o modo, observa-se em todo o período estudado que a resolução de questões referentes ao cinema comercial, tanto nacional quanto estrangeiro, muitas vezes ultrapassava a esfera dessas duas instituições, sendo debatidas por instâncias como o Conselho Federal de Comércio Exterior, o Ministério das Relações Exteriores e os departamentos de Polícia.

⁷⁸ GC g 1935.00.00/2. Ministério da Educação e Saúde Pública. Ofício nº 88. Remete relatório. Rio de Janeiro, 24 de fevereiro de 1937. Arquivo Gustavo Capanema, CPDOC/FGV.

⁷⁹ GC g 1934.00.00/2. Ministério da Educação e Saúde Pública. Ofício nº 40. Rio de Janeiro, 12 de maio de 1936. Arquivo Gustavo Capanema, CPDOC/FGV.

Em *Cinearte*, após discutir os benefícios do cinema para a educação da população e a necessidade de controle dos meios de comunicação, concebe-se o cinema nacional também enquanto uma possível imagem da Nação. Pensava-se reforçar o “sentido legítimo de brasilidade”⁸⁰ proposto por uma política cultural voltada à construção de um mito fundador que fornecesse elementos a determinadas representações da realidade.

Os articulistas, como destaca Ismail Xavier, atribuem-se o papel de educadores do espectador, posto que são especialistas na técnica e na observação, aptos inclusive a aconselhar cineastas, sugerindo, além da competência técnica, a incorporação nos roteiros das chamadas “matérias-primas universais” do cinema: “mulheres atraentes, homens bonitos, higiene, saúde, natureza fotogênica, ambientes de luxo, certas situações dramáticas de fundo psicológico-sexual, a luta do bem contra o mal, etc”.⁸¹ Tal proposta fica visível também nas escolhas editoriais da revista, nas fotografias e nos anúncios publicados. Sheila Schvarzman chama a atenção para o momento em que se aspira à união entre imagem cinematográfica e identidade nacional, no qual ainda aceitava-se os princípios da eugenia para explicação da civilização, como destacou-se no Capítulo I, e que, de certo modo, é refletivo por parte das opiniões expressas no periódico.⁸²

Ilustrando as possibilidades da cinematografia nacional, ao comentar o sucesso de *Barro Humano*, filme produzido pelo grupo de *Cinearte*, a revista fala na função econômica e na função política que exercem os filmes nacionais:

Com ele se comprova que si sem abundância de recursos consegue o esforço de meia dúzia de pessoas animadas tão somente pelo desejo de servir a arte cinematográfica e demonstrar as possibilidades do Cinema Brasileiro, quando uma empresa forte pelos seus capitais se constituir entre nós, poderemos, já sem hesitações, naturais no início de qualquer tentativa, entrar com galhardia no terreno da produção capaz de suprir os nossos mercados de filmes que falem da nossa terra e da nossa gente, que mostrem como vivemos, como trabalhamos, como pensamos. (...)

A função patriótica do filme genuinamente nacional seria por esses aspectos da vida provinciana ao alcance de todo brasileiro, de sorte

⁸⁰ CHAUI, Marilena. *Brasil, mito fundador e sociedade autoritária*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2000. p.19

⁸¹ Idem, p. 191.

⁸² SCHVARZMAN, Sheila. *Humberto Mauro e as imagens do Brasil*. São Paulo: Editora UNESP, 2004. p. 35.

a que ele jamais estranhasse após uma viagem de algumas léguas apenas o meio alcançado e que já lhe seria familiar através da película impressionada.⁸³

Para a revista, o cinema é um elemento que demonstra progresso e modernidade. Em suas palavras, “foram esses dois aparelhos civilizadores [o automóvel e o cinema] que tiraram a maior parte das teias de aranha que obscureciam os cérebros dos nossos patrícios do interior”, levando hábitos de higiene, noções de conforto e outros ensinamentos “às populações do nosso "hinterland".⁸⁴ Os filmes brasileiros, para *Cinearte*, “são a única coisa que poderá promover a união de todos os pontos do nosso imenso território”, contribuindo na eliminação do “bairrismo lamentável que existe de uma cidade para outra, de um Estado para outro, do Sul para o Norte, etc.”, posto que “o filme é um atestado da nossa cultura. É uma indústria a mais para figurar ao lado das outras..”

Temos que fazer os nossos filmes mostrando um Brasil que entusiasme, seja agradável aos olhos e que aproveitam bem toda a pujança da fotogenia dos nossos ambientes (...).⁸⁵

Ao pensar o cinema brasileiro, *Cinearte* busca delinear uma identidade comum, avaliando as iniciativas de produtores, os filmes realizados e propondo estratégias para o desenvolvimento da cinematografia no país. Levando ao público as questões presentes nos debates que ocorrem em outras instâncias, as matérias publicadas tendem a relacionar-se com trajetória do grupo da revista, que possuía ligações bastante próximas com entidades representativas da classe cinematográfica, com produtores independentes por todo país e com outros interessados no desenvolvimento do cinema. Em especial, destaca-se a atuação de Ademar Gonzaga, trabalhando diretamente em algumas comissões estatais, na Associação Cinematográfica dos Produtores Brasileiros e na produção de películas na sua companhia, a Cinédia. O envolvimento desses intelectuais-artistas no debate ultrapassa as páginas da revista, que atua como um referente privilegiado de socialização, congregando agentes culturais preocupados em discutir a constituição de um cinema brasileiro e em construir estratégias que explorassem suas potencialidades.

⁸³ Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 19 de junho de 1929, nº 173, p. 03.

⁸⁴ Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 05 de outubro de 1932, nº 345, p. 03.

⁸⁵ Idem, ibidem.

Após analisar os construtores da informação em *Cinearte* no contexto das mudanças da política cinematográfica no Brasil, refuta-se a redução do grupo da revista a críticos dedicados apenas a intermediar a relação entre Hollywood e o espectador brasileiro. Para Ismail Xavier, mesmo a bandeira em prol do cinema nacional na revista é pensada a partir da função que ela exerce em um “sistema de colonização cinematográfica”.⁸⁶ Como dito anteriormente, devido a seu marco cronológico, o trabalho de Xavier não acompanha a mudança nas relações entre classe cinematográfica e instâncias governamentais. Para o autor, a Campanha pelo Cinema Brasileiro marca uma posição distinta, porém não desvinculada do pensamento colonizado de seus articulistas.

Cinearte é um vetor cultural, atuando no campo intelectual e artístico em formação no Brasil a partir do final dos anos de 1920, no qual o cinema seria um produto cultural privilegiado. As campanhas empreendidas pela revista saíam de suas páginas para as associações de classe e os órgãos do governo, nos quais esses agentes culturais atuariam em comissões de formulação de projetos e na produção de películas para departamentos estatais. Ampliando a sua rede de relações, os atores de *Cinearte* passarão a agir mais diretamente sobre a determinação das regras para área de cinema e na mediação entre as instâncias governamentais, produtores cinematográficos e o público leitor do magazine.

⁸⁶ XAVIER, op. cit., p. 178.

Capítulo IV. E por falar em cinema nacional

Em capítulos anteriores, ao delinear a cartografia da revista *Cinearte*, destacamos a presença majoritária das cinematografias estrangeiras em seu conteúdo. A explicação pode seguir duas vias, não auto-excludentes: em primeiro lugar, considerar o momento do jornalismo no Brasil, ainda muito distante da noção contemporânea de uma atividade informativa, que busca objetividade, coerência e imparcialidade textual;¹ em segundo, é necessário pesar a influência que o anunciante exerce na publicação, em especial, os grandes anúncios pagos pelas produtoras cinematográficas estrangeiras, refletida na veiculação de matérias prontas e *releases* dos filmes. Ainda assim, destaca-se que o cinema brasileiro é presença constante na revista, quer em reportagens especiais, editoriais e seções variadas, quer na seção específica dedicada ao tema, não casualmente presente ao longo dos dezesseis anos em que foi publicada. O recorte aqui escolhido, por conseguinte, não veio ao acaso: a grande bandeira de *Cinearte* era o desenvolvimento da autonomia para a produção cinematográfica brasileira. É com essa bandeira declarada que se registra, em quase todo o exemplar da revista, o lema: “todo filme brasileiro deve ser visto”.

Como a literatura atesta, a revista *Cinearte* é referência essencial às pesquisas sobre a história do Cinema no Brasil.² Entretanto, no que se refere ao tema cinema brasileiro, encontramos posturas distintas do enfoque aqui apresentado. No já citado *Sétima Arte: um culto moderno*, de 1978, Ismail Xavier busca “esclarecer o significado de certas noções e posturas críticas diante do cinema, aqui analisadas no momento de sua formação original”.³ Em um período no qual – ao menos no Brasil – história e cinema ainda não haviam consolidado um prodigioso casamento, o autor retoma o advento da crítica cinematográfica entre a

¹ Motivo principal pelo qual, entende-se incoerente a utilização do conceito de *campo jornalístico* nesta análise, do qual fala Pierre Bourdieu ao analisar um contexto de organização e especialização da imprensa mais próximo dos anos de 1960 e 1970, com a organização de grandes corporações de mídia e de plena ascensão da televisão como principal veículo de comunicação. Ver: BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

² Destacam-se aqui três obras importantes que se detiveram em *Cinearte* em algum momento do seu trabalho: GOMES, Paulo Emílio Salles. *Humberto Mauro, Cataguases, Cinearte*. São Paulo: Perspectiva; Editora da Universidade de São Paulo, 1974; SIMIS, Anita. *Estado e cinema no Brasil*. São Paulo: Annablume, 1996; SCHVARZMAN, Sheila. *Humberto Mauro e as imagens do Brasil*. São Paulo: Editora da UNESP, 2004.

³ XAVIER, Ismail. *Sétima arte: um culto moderno*. São Paulo: Perspectiva, 1970. p. 13.

Primeira Guerra Mundial e o advento do cinema sonoro nos anos de 1920 através de referenciais históricos. A modernidade então aparece como elemento-chave na ascensão cultural do cinema e explica sua legitimação junto à cultura oficial. Da mesma forma, “o cinema deixa de ser simplesmente cinema e passa a ser *indústria cultural*, Gestalt, sistema de signos – dentro desta metamorfose, cristaliza-se a sua reconstrução como objeto de ciência”.⁴

No capítulo dedicado à revista, intitulado “O sonho da indústria: a criação da imagem em *Cinearte*”, Xavier a analisa entre 1926 e 1930 e, mesmo destacando uma linha de interesse pela questão brasileira, atesta que a dinâmica da publicação explica-se na dicotomia colonizador (Hollywood) dominando o colonizado (*Cinearte* e a incipiente produção cinematográfica brasileira). Na leitura do autor, ao adotar uma postura de formal independência, a revista abraça a causa da Paramount Pictures: defendendo o progresso do cinema nacional através do crescimento da importação e da exibição de filmes.⁵ Dessa forma, mesmo os artigos teóricos sobre as possibilidades da arte cinematográfica no país, são identificados como frutos de uma colonização cultural avassaladora, que “lhe impede de ver a contradição entre suas campanhas nacionalistas e sua função predominante (participação num sistema de colonização cinematográfica)(...)”.⁶

A análise de Ismail Xavier está bastante marcada por um posicionamento teórico recorrente nos estudos da área de comunicação social na América Latina entre o final dos anos setenta e meados dos anos oitenta: o viés de denúncia da dependência cultural. As pesquisas voltam-se à reprodução ideológica através dos meios de comunicação e concentram-se na elaboração dos produtos midiáticos e no conteúdo por eles transmitido. No caso de “O sonho da indústria: a criação da imagem em *Cinearte*”, observa-se o transplante para a *belle époque* desse mesmo modelo. Já em meados dos anos de 1980, as críticas a essa vertente serão reforçadas pela grande repercussão de Antônio Gramsci nesses estudos, provocando o rompimento da teoria da dependência no âmbito cultural.⁷

⁴ XAVIER, op. cit., p. 14. (grifo do autor)

⁵ Idem, p. 168 e 169.

⁶ Idem, p. 178.

⁷ Renato Ortiz avalia o desenvolvimento dos estudos em comunicação no Brasil destacando o papel da incorporação de Gramsci ao debate. Em: ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira – cultura brasileira e indústria cultural*. 3ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1991.

Além disso, o recorte cronológico escolhido não contempla o período em que os grupos ligados à área cinematográfica começam a se organizar em todo país, calcando propostas para o desenvolvimento de programas voltados ao ensino e para a redução das tarifas alfandegárias para entrada de filme virgem e equipamento, ambos não produzidos no Brasil. No levantamento presente no capítulo de Xavier, por exemplo, os ensaios sobre o desenvolvimento do cinema brasileiro, em *Cinearte*, tornam-se raros já ao final de 1928.⁸

A proposta do capítulo é, a partir do levantamento integral das 561 edições da revista, estudar a dinâmica da seção de cinema brasileiro, demonstrando sua importância para o debate sobre o cinema nacional e realizando uma radiografia de sua organização.

Para realizar tal tarefa a partir de uma fonte serial, como é o caso do periódico, foi elaborado um instrumento denominado “Ficha de coleta de dados da revista *Cinearte*: coluna sobre cinema brasileiro”, destinado a sistematizar as informações presentes nesta coluna: título do artigo, autoria, assunto tratado, presença ou não de fotografias, extensão, referências a filmes, pessoas e legislação da área, bem como a transcrição dos textos pertinentes (vide Anexo I). A partir da descrição do assunto a ser tratado, um conjunto de palavras-chave pôde ser construído, com a finalidade de reunir em grandes temas os aspectos abordados pelos artigos. A computação foi feita a partir da criação de um banco de dados no programa MICROSOFT ACCESS, com uma entrada para cada um dos artigos publicados, permitindo o intercruzamento de referências ligadas aos temas, aos autores e ao período em que foram destacados durante os dezesseis anos em que a seção foi publicada.

⁸ XAVIER, op. cit., p. 173. Sônia Lino também se fixa apenas nos anos iniciais da revista quando se propõe a investigar a auto-imagem do Brasil na produção posterior de filmes nacionais, entre as décadas de 1930 e 1940. A partir dessa amostra, conclui que a revista expressa uma prejudicial “modernidade fora do lugar” ao constatar o distanciamento da realidade da indústria cinematográfica brasileira ao paradigma norte-americano, argumento que irá embasar a prerrogativa do “fracasso” dessa produção cultural. O argumento da autora não será discutido aqui, posto que seu trabalho está voltado à produção fílmica e não à revista, sendo irrelevante para esse tema, a não ser a título de citação. LINO, Sônia Cristina da Fonseca Machado. *História e cinema: uma imagem do Brasil nos anos 30*. Niterói: Dissertação de mestrado, Universidade Federal Fluminense, 1995.

4.1. O cinema nacional em sua coluna

Trazendo um texto opinativo e pessoal, as páginas dedicadas ao cinema brasileiro compunham uma coluna da revista e eram compostas, quase sempre, por uma matéria ou reportagem principal e diversas notas menores, que informavam sobre os mais variados assuntos: exibição, produção, cursos, filmes, entre outros. Em média, tais matérias ocupavam duas páginas de cada edição, localizadas no início da revista, logo após o editorial.

Essa coluna teve seu nome alterado durante os anos: chamou-se, inicialmente, “Filmagem Brasileira”, até novembro de 1927, quando Pedro Lima altera seu título para “Cinema Brasileiro”, nome que perdura por três anos. Porém, por um curto período, entre novembro de 1930 e dezembro de 1931, chama-se “Cinema do Brasil”, retomando o nome anterior no início de 1932.

Em sua primeira edição, no dia 03 de março de 1926, o assunto principal da coluna era a importância do cinema brasileiro enquanto indústria. O tema foi destacado na entrevista com João dos Santos Galvão, assistente de direção e ator da APA, companhia cinematográfica de Campinas, realizadora do filme *Sofrer para gozar*. Galvão é descrito como um "admirador sincero de tudo o que se faz para organizar um Cinema nosso, que é o maior interesse financeiro que o Brasil pode ter". Ao responder a pergunta “do que mais precisa o nosso cinema?”, ele é categórico: “De capitalistas que organizem uma companhia, tendo à frente diretores convictos e sérios, e que não almejem muitos lucros no princípio”.⁹ O cineasta também destaca o papel das colunas sobre cinema como o grande incentivo à causa nacional.

Mais de um ano após a estréia, a seção, já rebatizada *Cinema Brasileiro* e sob os cuidados de Pedro Lima, acusa o recebimento de inúmeras cartas, indagando sobre o próximo filme brasileiro – de qualidade, salienta – a ser lançado. Lima fala que, mesmo quando a revista critica algumas produções, tem por objetivo contribuir para o crescimento do cinema brasileiro, objetivo comum a todos. Com exceção, é claro, dos chamados “filmes científicos”, películas consideradas pornográficas, exibidas com esse nome para platéias masculinas e cujo interesse de

⁹ “Ouvindo J. S. Galvão”. Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 03 de março de 1926, nº 01.

produção é, segundo a revista, exclusivamente “fazer dinheiro explorando os baixos instintos de certa classe de público”.¹⁰

Em janeiro de 1935, é através da seção que são enfatizadas as conquistas do cinema nacional na última década, reiterando que “a campanha de *Cinearte* pelo cinema brasileiro não é incompatível com o cinema estrangeiro. (...) Nós somos, antes de tudo, pelo cinema”.¹¹

Trazendo desde ensaios de síntese sobre cinema nacional a fofocas de astros e profissionais do meio, a seção era marcada pela pluralidade de assuntos – e, em muitos casos, também de objetivos. Com exceção das edições entre o período que vai de 16 de fevereiro de 1927 a 23 de abril de 1930, cujo responsável foi Pedro Lima, a coluna não contava com um articulista fixo.

Teun van Dijk afirma que a informação transmitida por um veículo jornalístico deve ser estudada, como uma forma de discurso público, a partir de uma ênfase na análise estrutural dos informes, avaliando o processo de produção e o contexto das mensagens publicadas. O autor propõe uma nova teoria interdisciplinar da notícia na imprensa, definida como:

1. Nueva información sobre sucesos, objetos o personas.
2. Un programa tipo (de televisión o radio) en cual se presentan ítems periodísticos.
3. Un ítem o informe periodístico, como por ejemplo un texto o discurso en la radio, en la televisión o en el diario, en el cual se ofrece una nueva información sobre sucesos recientes.¹²

Mais do que o aspecto formal do tipo de narrativa, o livro nos propõe pensar a importância dessa categoria de discurso, analisando seu impacto no contexto em que são veiculadas. Este é um ponto delicado a atentar na análise de um periódico publicado na primeira metade do século passado: não empreender uma análise que sucumba ao anacronismo de exigir da fonte elementos característicos de um jornalismo atual.

¹⁰ Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 20 de julho de 1927, nº 176, p. 05.

¹¹ Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 15 de janeiro de 1935, nº 407, p. 04.

¹² VAN DIJK, Teun A. *La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Ediciones Paidós, 1990. p. 17.

Com esse cuidado, foi elaborado um levantamento dos assuntos relacionados ao cinema nacional mais recorrentes nesta seção específica da revista. Em cada número, o tema que se encontrava em maior destaque foi escolhido a partir da matéria principal apresentada na seção dedicada ao cinema brasileiro.¹³ Dessa forma, estará ilustrada uma característica marcante da edição, não contemplando os diversificados comentários publicados, que remetem a outros tantos assuntos. A partir do tema em maior destaque, foi elaborado um quadro dos assuntos mais recorrentes. De todo modo, o levantamento é válido para que se trace um panorama dos principais temas tratados pela seção.

Chegou-se a dez principais temas contemplados em *Cinearte* e na seção examinada, assim descritos:

1) O que é Cinema Brasileiro?

A busca por um conceito do que deveria ser o nosso cinema, avaliando sua historicidade, sua pertinência e suas formas de construção. Nesse item, foram incluídos os textos que discutiam as questões estéticas (como caracterizar por um conceito de fotografia o filme produzido no Brasil, por exemplo) e políticas (as permanentes avaliações qualitativas da produção, a partir de acordos com o governo federal e com exibidores). Assim, pautas freqüentes a essa temática foram: o problema dos estrangeiros filmando no Brasil; a qualidade e viabilidade dos filmes “naturais” (ou documentários); o “fazer” cinema no país e sua importância; como o governo e o público vêem o filme nacional; a chegada do filme sonoro.

2) Indústria Cinematográfica

Tema de perfil econômico e cultural, envolvia o debate acerca das metas para a implantação de uma indústria cinematográfica nacional e a avaliação da produção fílmica brasileira, considerando os objetivos para seu desenvolvimento. O perfil da maioria dos artigos incluídos nesse grupo é a de ensaios que problematizam as iniciativas para implementação dessa indústria, sínteses de avaliação da conjuntura cinematográfica no país e denúncias do não cumprimento de acordos e da legislação vigentes, ligados à área. As matérias associadas a essa temática falam

¹³ Um traço bastante marcante em *Cinearte* é a publicação de matérias veiculadas em outros jornais e revistas que trazem comentários sobre o cinema nacional. Em muitos dos casos, esse *clipping* serve como gancho para comentar determinado assunto ou discutir argumentos favoráveis ou contrários ao posicionamento da revista. Assim, tal procedimento não foi considerado à parte no levantamento temático das seções.

nos contratos firmados entre agências de distribuição de películas e salas de exibição, no comportamento dos profissionais da área, no balanço das atividades das produtoras organizadas, nos problemas relativos á exibição dos filmes, no papel do público nesse processo, na posição tomada pelos mercados europeus frente à entrada maciça de filmes norte-americanos e comparação com o posicionamento local, nas estratégias de desenvolvimento da cinematografia, no comércio cinematográfico, na formação de *trusts* e as dificuldades técnicas da filmagem no país.

3) Organização e Associações de Classe

A classe cinematográfica começa a organizar-se ao final dos anos de 1920. São associações e sindicatos que surgem com o intuito de congregiar esforços para o desenvolvimento da indústria do cinema no país. Os textos aqui reunidos discutem a sua formação e o seu papel perante o grupo de produtores, exibidores e distribuidores.

4) Intervenção Governamental

Esse tema abarca o debate sobre a intervenção do Estado nos assuntos do cinema, ou seja, medidas apresentadas e benefícios adquiridos ao longo dos anos. Os textos reunidos nesse tópico refletem diretamente a expectativa do grupo de *Cinearte* em relação ao governo federal: são propostas de incentivos financeiros, medidas protecionistas, controles alfandegários e isenção de impostos. Também são contemplados balanços acerca da organização da cinematografia no exterior, exemplos ligados ao Estado e à nacionalização do cinema em alguns países, ou ainda, a organização frente ao avanço do cinema dos Estados Unidos. Os reflexos no Brasil incluem questões ligadas ao interesse público, ao financiamento de películas, à execução dos decretos e ao cumprimento dos benefícios adquiridos junto ao Estado.

5) Censura

Ligado ao tema anterior, reúne os artigos que discutem a sua necessidade e comentam a sua implementação. São focos dessas reflexões os objetivos na implantação de um corpo organizado de censores, a ação da censura fora do âmbito policial, o impedimento de exibição de determinados temas, a frequência infantil aos cinemas, aparelhos estaduais de censura, entre outros.

6) Cinema Educativo

A partir do final dos anos de 1920, o cinema educativo ganha destaque nas discussões. A importância do cinema para a instrução e educação de crianças e adultos é um tema bastante precioso à revista e aos educadores envolvidos nessa luta. Os artigos discorrem sobre as obras publicadas sobre o assunto, sobre exemplos implantados em outros países e as medidas adotadas no Brasil. Inclui-se aqui a ação ministerial pela educação, a formação de grupos de estudo, as comissões e institutos ligados ao cinema educativo em todo o mundo, os debates sobre o cinema agrícola, o papel da Liga das Nações.

7) Usos do Cinema

Tema que remete, principalmente, à questão da utilização do cinema como instrumento de propaganda, às discussões acerca da veiculação da imagem do Brasil no exterior através das películas e da difusão de idéias através dos filmes. Os artigos falam da utilização do cinema pelas grandes nações, debatem a influência do cinema sobre os espectadores, analisam as possibilidades de mostrar o país para ele mesmo (interior e outros estados) e para o resto do mundo.

8) Cinema Regional

As matérias e reportagens que tratam da produção de cinema fora do Rio de Janeiro foram reunidas nessa temática. São textos que destacam os ciclos regionais de cinema e o desenvolvimento da filmagem nos estados de Pernambuco, Rio Grande do Sul, São Paulo, Paraná, entre outros locais.

9) Notícias do Cinema Brasileiro

A definição desse tema visa especificar um tipo de seção, organizada não a partir de uma matéria em destaque, mas de pequenas notas que, em conjunto, constituem um variado informe sobre a produção cinematográfica no país. Nessas notas são incluídas pequenas resenhas sobre os filmes em exibição, informes sobre a produção de películas, lista de empresas cinematográficas nacionais, informações sobre atores, atrizes, diretores e demais envolvidos com as filmagens, ou seja, informações gerais e pontuais sobre o cinema brasileiro.

10) Filmes e Astros

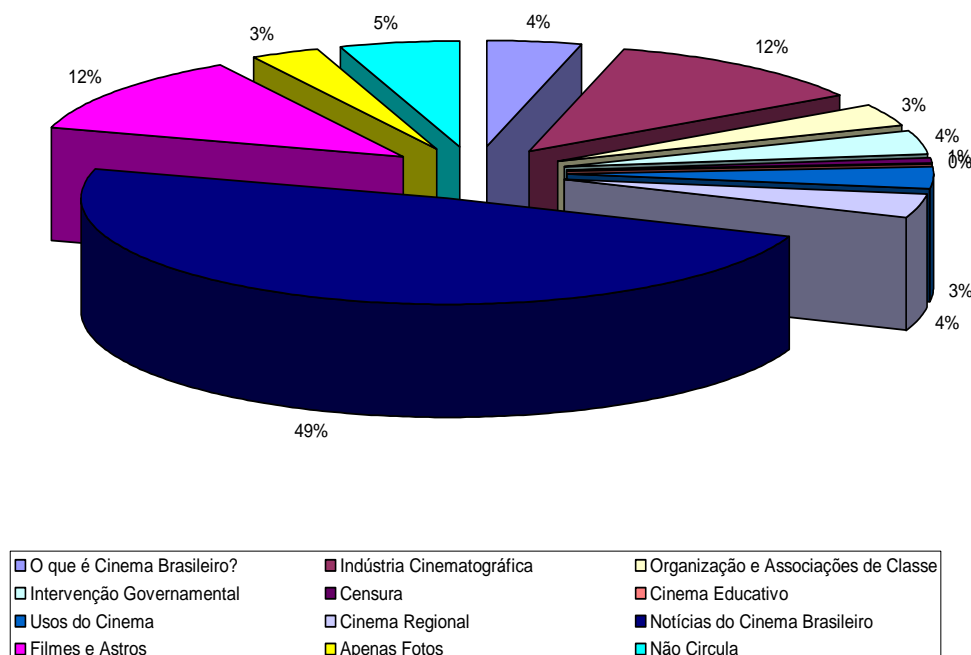
A identificação dessa seção também está ligada a anterior, com uma crucial diferença: aqui são reunidas reportagens elaboradas sobre um determinado filme ou com o perfil de alguma personalidade da área cinematográfica, podendo ou não incluir entrevistas. São matérias jornalísticas sobre temas variados, porém com o objetivo de destacar uma obra e um personagem do cinema brasileiro.

Cabe lembrar que, por motivos destacados no capítulo II, os anos entre 1940 e 1942 não serão computados neste levantamento. No caso específico da seção sobre cinema brasileiro, são encontrados pequenos informes, porém, a discussão se ausenta nas poucas seções que ainda são publicadas. Nesses anos, a seção varia entre apenas uma página (que não mais se encontrar sempre ao início da revista) ao completo esquecimento, dificultando o estabelecimento de um padrão em relação ao período anterior.

Nos sete primeiros anos, entre 1926 e 1932, período no qual a revista possuía frequência semanal, a distribuição dos temas nas seções sobre cinema brasileiro é ilustrada conforme o gráfico abaixo:

10. Temas recorrentes à seção dedicada ao cinema brasileiro em sua primeira fase (1926-1932) – representação percentual.

Cinema Brasileiro: temas recorrentes à seção (1926-1932)



O gráfico aponta uma majoritária predominância das matérias que traçam um panorama geral da cinematografia, ou seja, do tema “Notícias do Cinema Brasileiro”, com um total de 171 entradas nesse período. Os temas “Filmes e Astros” e “Indústria Cinematográfica”, juntos, representam menos da metade desse grande tema, com 12% cada um (43 e 42 entradas, respectivamente). Os demais 27% são divididos equilibradamente entre as temáticas.¹⁴

Uma importante ponderação, entretanto, necessita ser feita. O debate sobre o cinema educativo não aparece em nenhuma das seções pesquisadas. Como foi colocado no capítulo anterior, é exatamente nesse período que ele ganha impulso, com a organização da Comissão de Censura Cinematográfica junto ao Museu Nacional. A discussão, portanto, não ocupa espaço algum na seção de cinema brasileiro. Entretanto, sabe-se que, a partir de 1932, *Cinearte* inaugura uma coluna dedicada exclusivamente ao assunto. A questão da educação através das telas, logo, não está fora da revista, e sim de sua coluna sobre cinema brasileiro.¹⁵

Uma série de fatores pode explicar essa tendência, além da constituição de uma seção própria ao assunto. O editor Mário Behring possuía um grande interesse pessoal pelo assunto. Grande parte desses editoriais foi publicada exatamente nos períodos em que Ademar Gonzaga estava em suas viagens aos Estados Unidos, não deixando dúvida quanto a autoria do texto. Ao mesmo tempo, vale lembrar que a Associação Cinematográfica de Produtores Brasileiros, cujo secretário era Gonzaga, teve uma importante atuação na organização do Convênio Cinematográfico Educativo, em dezembro de 1932.

Entre fevereiro de 1927 e abril de 1930, Pedro Lima foi o responsável pela seção “Cinema Brasileiro”. Sua presença inaugura uma fase em que a seção terá um papel determinante no perfil do debate sobre a cinematografia brasileira. Mesmo quando publica apenas notas informativas sobre o andamento das produções, há uma preocupação em enfatizar a existência, qualidade e importância do filme nacional.

¹⁴ Apenas duas edições, por motivos de legibilidade das páginas referentes à seção de cinema brasileiro nos microfilmes consultados, não puderam ser classificadas e, logo, foram retiradas da contagem final. Ambas são do ano de 1931.

¹⁵ Também no mesmo período foram encontrados, pelo menos, vinte e três editoriais que se dedicaram a debater o cinema educativo no Brasil.

Percebe-se, mais do que nas edições que antecedem o período e naquelas dos anos posteriores, um discurso moldado a partir de um rol coeso de argumentos, que possui interlocutores fora da revista, junto aos leitores fãs de cinema, aos exibidores, aos produtores cinematográficos e aos educadores. Nessa fase, a coluna publica notas e matérias elaboradas por correspondentes fora do Rio de Janeiro e da região Sudeste, especialmente das cidades de Recife, Porto Alegre e Pelotas. Também são publicadas matérias de colaboradores, como Octávio Gabus Mendes, que posteriormente torna-se um dos articulistas do grupo de *Cinearte*, e Joaquim Canuto Mendes de Almeida, redator cinematográfico do jornal *Diário da Noite*, de São Paulo, e futuro autor do livro *Cinema contra cinema. Bases gerais para organização do Cinema Educativo no Brasil*.¹⁶

A questão regional teve grande repercussão nos anos de 1927, 1928 e 1930. Antônio Moreno destaca a importância de *Cinearte* na formação dos ciclos regionais de cinema no Brasil, que ocorreram nos estados do Rio Grande do Sul, São Paulo, Minas Gerais e Pernambuco.¹⁷ Aparentemente ausente dos editoriais da revista, o seu ápice, na seção de cinema brasileiro, é no ano de 1930, com seis matérias sobre o assunto.

Ao se ausentar da revista, na edição de nº 217, de 23 de abril de 1930, o debate sobre o cinema brasileiro se enfraquece temporariamente na seção, que inclusive deixa de circular em alguns números. Chama a atenção o número relativamente elevado de edições em que a seção não circula, especialmente em comparação com as demais temáticas. São 19 ocorrências, concentradas nos anos de 1931 (seis) e 1932 (cinco).

Porém, isso não significa que desapareça da revista. O cinema brasileiro é pauta corrente nos editoriais e em reportagens, bem como é comentado em outras seções. Por diversas vezes, o editorial da revista era um interlocutor dos debates levantados por sua seção sobre cinema brasileiro, enfatizando a importância dos temas aí abordados. A partir dos anos trinta, as campanhas abraçadas por *Cinearte* se dividirão entre ambos espaços. Dessa forma, percebe-se como crucial, para a compreensão do debate, a análise conjunta do editorial e dos dados levantados na

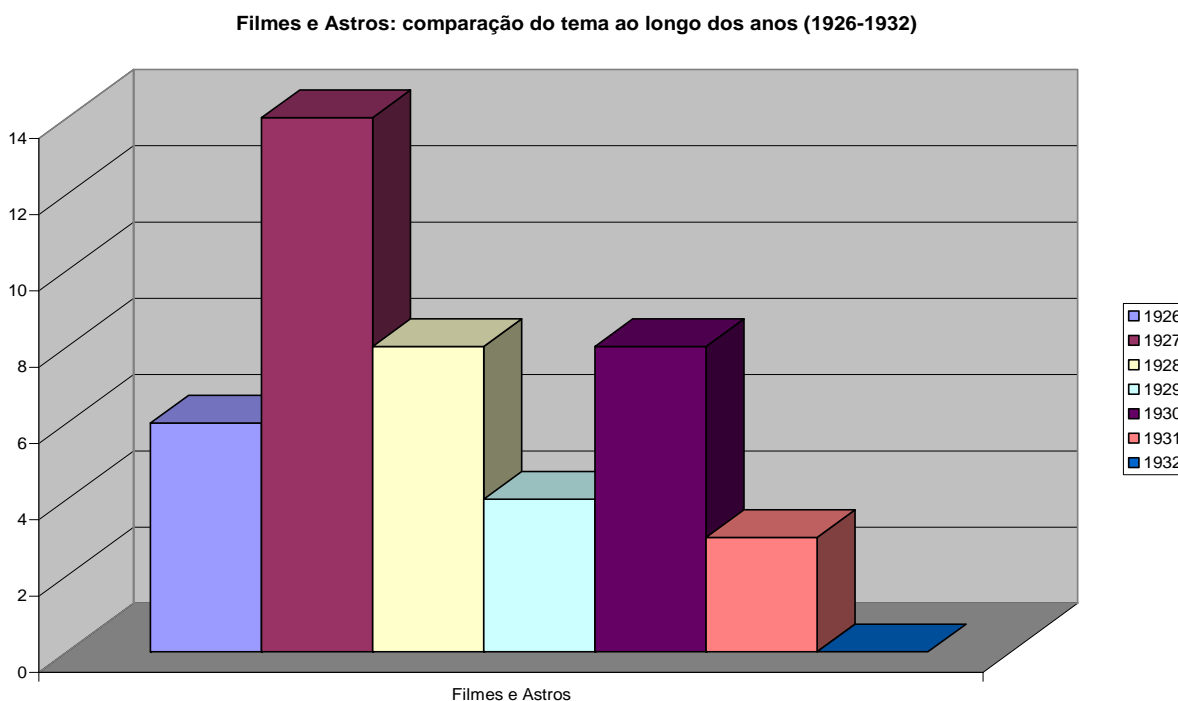
¹⁶ ALMEIDA, Joaquim Canuto Mendes de. *Cinema contra cinema. Bases gerais para organização do Cinema Educativo no Brasil*. São Paulo: Editora Nacional, 1931.

¹⁷ MORENO, Antônio. *Cinema brasileiro: história e relações com o Estado*. Niterói: EDUFF; Goiânia: CEGRAF/UFG, 1994. p. 57.

seção de cinema brasileiro – tarefa essa que demanda uma pesquisa criteriosa que, infelizmente, não pôde ser realizada para o presente trabalho.

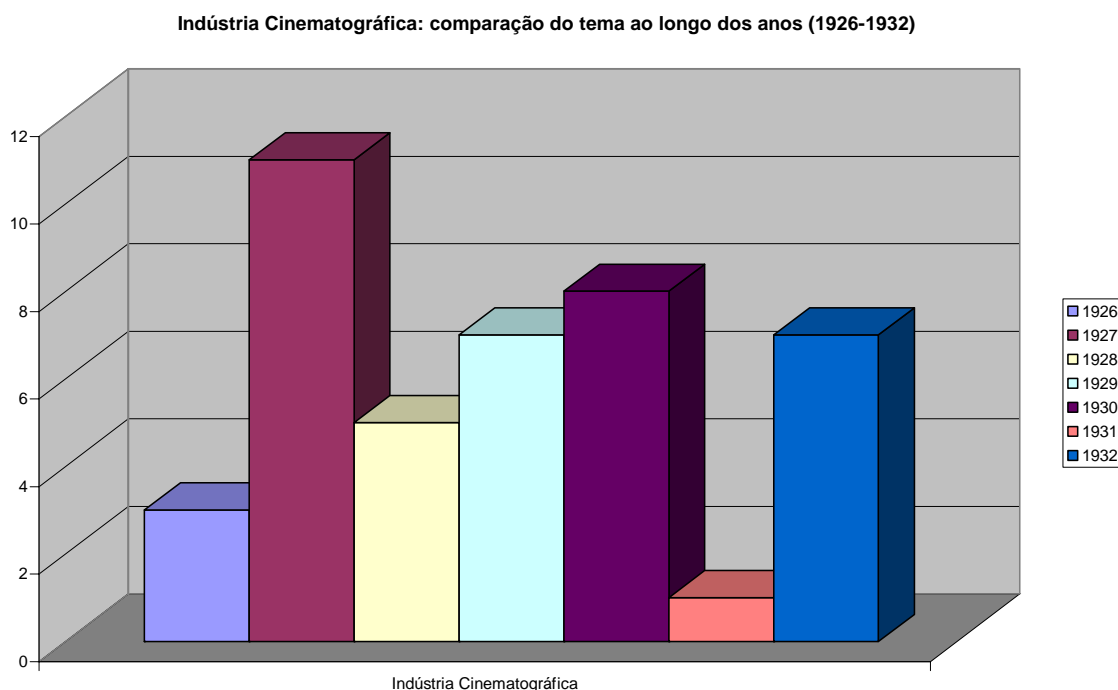
As reportagens dentro do tema “Filmes e Astros” ganham destaque nesse período, o que pode ser explicado pela função de repórter desempenhada por Pedro Lima nos anos em que atuou em *Cinearte*, observada na ênfase que tiveram especialmente no ano de 1927, como ilustra o gráfico abaixo:

11. Frequência do tema “Filmes e Astros” na primeira fase de *Cinearte* (1926-1942) – representação percentual.



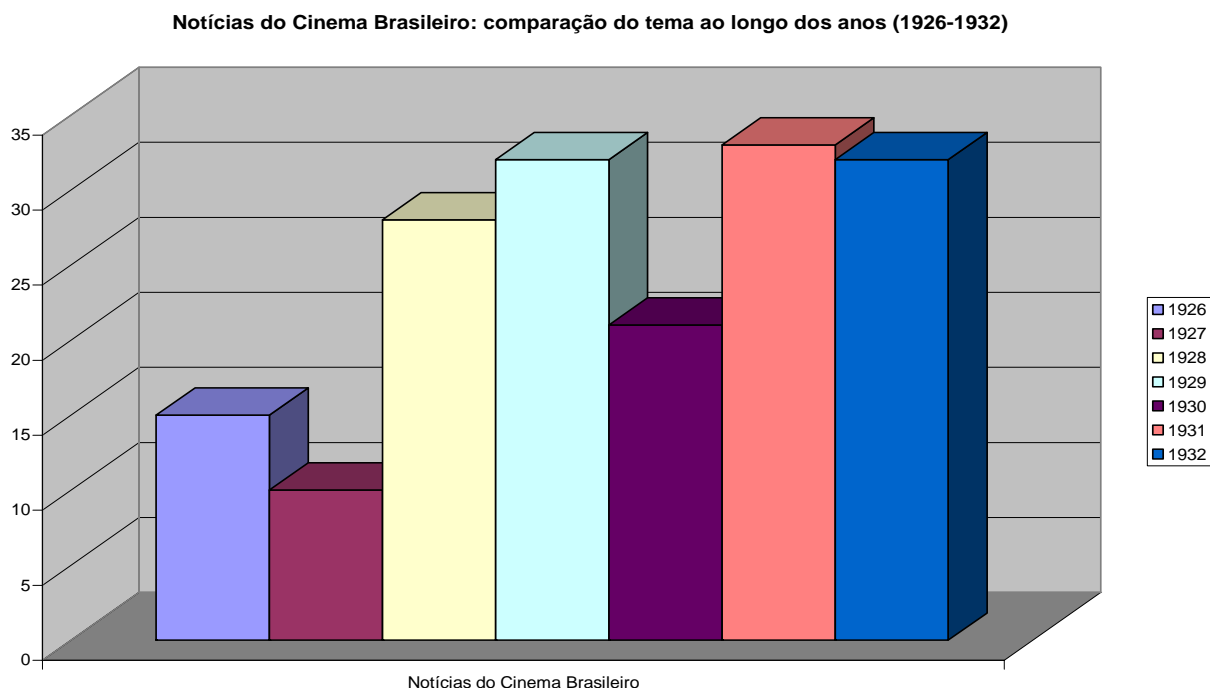
É também no ano de 1927 que se concentram os artigos referentes ao tema “Indústria Cinematográfica”. São onze artigos publicados em um ano que, contraditoriamente, não se destacou nenhum editorial que tratasse desse mesmo tema em específico, ao menos em âmbito nacional. Por outro lado, em 1930, foram observados pelo menos dez editoriais específicos sobre a indústria cinematográfica brasileira. O gráfico ilustra como essas matérias distribuem-se na seção durante o período.

12. Frequência do tema “Indústria Cinematográfica” na primeira fase de *Cinearte* (1926-1932) – representação percentual.



Numericamente superior aos demais temas, às seções formatadas a partir de pequenos informes e notas sobre a situação das filmagens constituem o padrão mais freqüente de apresentação de “Cinema Brasileiro”. Para as “Notícias do Cinema Brasileiro”, os anos de 1929, 1931 e 1932 foram especiais, os dois últimos, cabe lembrar, sem a presença de Pedro Lima na coluna. Aparentemente, a queda do número de reportagens em “Filmes e Astros” e o aumento dessa temática estão interligados.

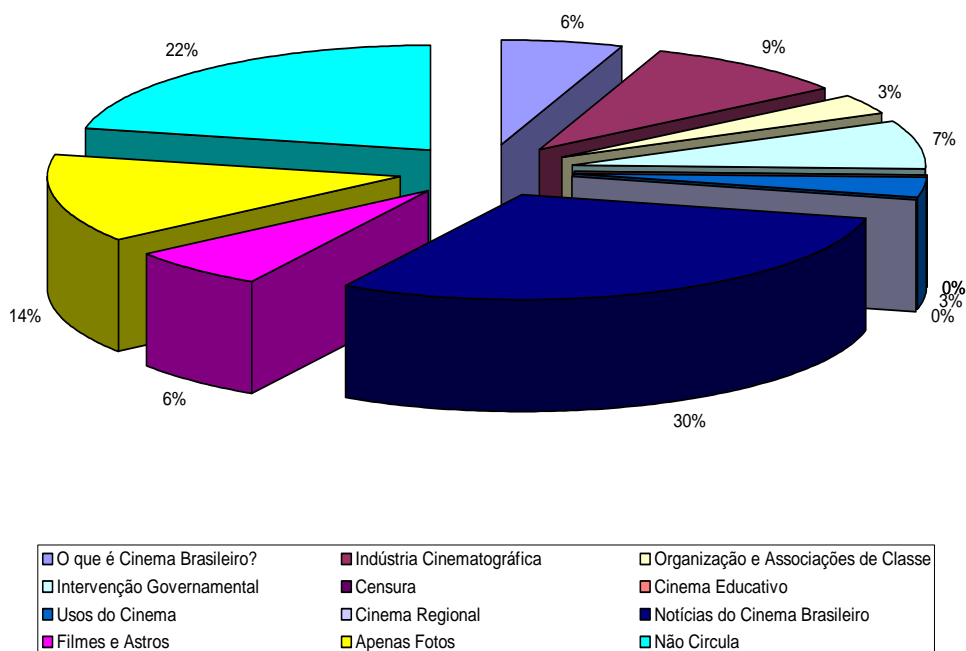
13. Frequência do tema “Notícias do Cinema Brasileiro” na primeira fase de *Cinearte* (1926-1932) – representação percentual.



Dois fatos principais marcam a identificação de uma segunda fase em *Cinearte* a partir do ano de 1933. Primeiro, a revista passa a ter periodicidade quinzenal em 15 de janeiro, reduzindo pela metade o número de edições anuais. Segundo, a morte do diretor e jornalista Mário Behring reflete na diminuição de uma reflexão teórica refinada sobre a constituição do cinema no Brasil, característica dos textos do autor. Mesmo que não se considere um redator fixo responsável pela seção “Cinema Brasileiro” e que, segundo relatos, a mesma ficava sob os auspícios de Ademar Gonzaga, a ausência de Behring influenciou incisivamente o reordenamento dos temas no interior do periódico. Em consequência, a ênfase das matérias entre os anos de 1933 e 1939 é alterada de forma substancial, quando comparada ao período anterior, conforme pode ser observado no gráfico a seguir:

14. Temas recorrentes à seção Cinema Brasileiro em sua segunda fase (1933-1939) – representação percentual.

Cinema Brasileiro: temas recorrentes à seção (1933-1939)



Novamente, o tema “Notícias do Cinema Brasileiro” é predominante sobre as demais temáticas, porém com um percentual bastante inferior ao período anterior: representa 30% das seções publicadas, com um total de 48 entradas. O que mais chama atenção na quantificação final é o aumento significativo do número de vezes em que a seção “Cinema Brasileiro” **não aparece** em *Cinearte*: em 35 edições a seção deixa de ser publicada, o que representa 22%, um índice bastante elevado.¹⁸ No período anterior, entre 1926 e 1932, o percentual foi de apenas 4%. Observa-se uma tendência de aumento dessas ocorrências, na fase anterior da revista, nos anos de 1931 e 1932. Nessa segunda fase, o ápice ocorre em 1937, quando sete das 24 edições circularam sem a seção.¹⁹

Observam-se algumas recorrências entre os possíveis motivos que explicam o evento com “Cinema Brasileiro”, ao menos até o ano de 1939. São casos

¹⁸ Dentre os exemplares de *Cinearte* consultados na Biblioteca Nacional para este período, nove das edições não puderam ser avaliadas, visto que se encontravam ilegíveis e/ou incompletas.

¹⁹ Com relativa freqüência, a seção era publicada sem a sua cartola característica de identificação, ocupando o mesmo espaço nas páginas e seguindo o mesmo padrão editorial e temático. O que está sendo destacado nesse momento é sua total ausência dentro da edição.

concomitantes aos momentos em que sobressai a relação da revista com o cinema estrangeiro, ou melhor dizendo, com os vínculos estabelecidos com as grandes agências distribuidoras das produções norte-americanas, que também se configuram nos principais anunciantes de *Cinearte*.

A primeira edição de cada ano concentra um grande número de anúncios do segmento cinematográfico. Em 1939, por exemplo, é publicada uma revista especial, com sessenta e quatro páginas, quando a média, para o período, era de cerca de cinqüenta páginas. Era uma das Edições Paramount, na qual o estúdio cinematográfico ocupava os espaços destinados à publicidade para promover filmes, atores e diretores da empresa. O mesmo ocorre nos anos de 1937 e 1940. Esse “esquecimento” também era comum em outras edições especiais, como aquelas que traziam a cobertura da visita de artistas estrangeiros ao Rio de Janeiro.

Nessas edições, não apenas a seção *Cinema Brasileiro* era posta de lado. As colunas habituais da revista também cediam espaço para as inúmeras fotos, biografia, filmografia e matérias que descreviam cada passo desses astros no Brasil. A demanda por esse material era imensa, o que também ocupava o grupo de redatores de *Cinearte*. Em casos como o do ator Ramón Navarro (1899-1968), mexicano radicado nos Estados Unidos e considerado “o novo Valentino”, foram publicadas duas revistas inteiramente dedicadas a ele (edições nº 390 e nº 391, de maio de 1934).

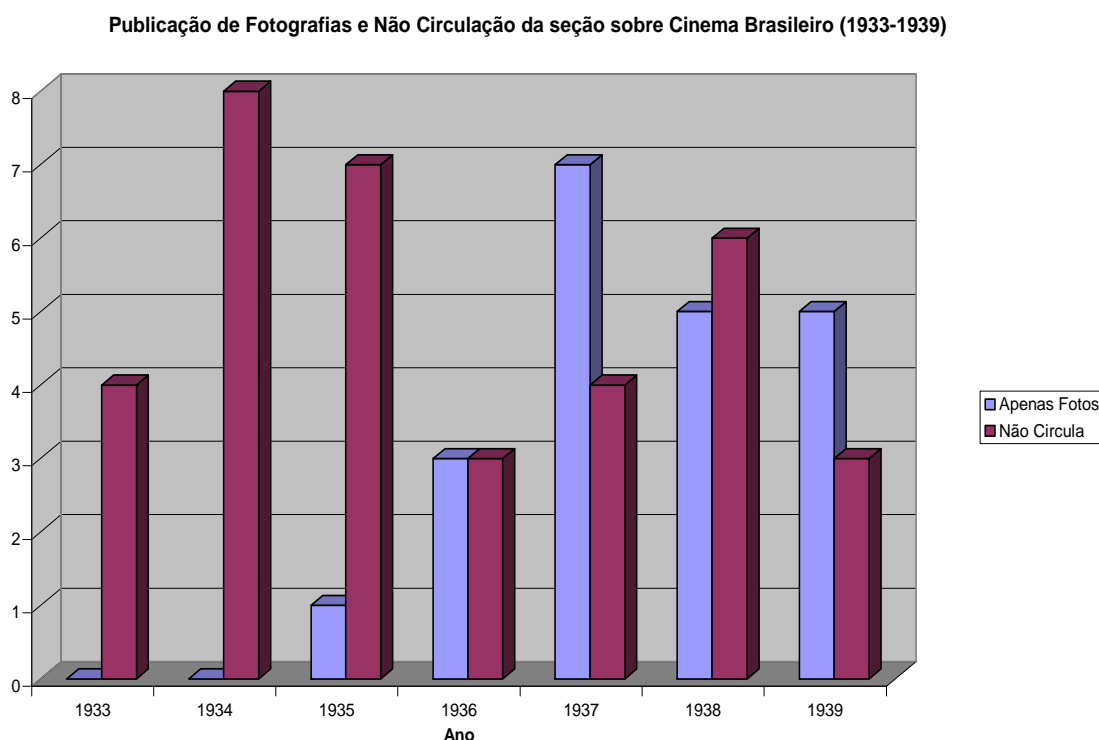
Para promover suas películas, a indústria cinematográfica americana investia, desde o final dos anos de 1910, na popularidade de seus atores e atrizes. Conforme já descrito no capítulo II, o *star system* de Hollywood impulsionou o comércio cinematográfico nos Estados Unidos e no exterior, vinculando as revistas especializadas a seu sistema de propaganda. Posteriormente, o sistema já implantado seria absorvido pelas ações do Office of Inter-american Affairs (OCIAA), dentro da Política de Boa Vizinhança. Na visita de Errol Flynn ao Brasil, em junho de 1940, por exemplo, sabe-se que, além de *Cinearte*, a *Revista do Globo*, de Porto Alegre, dedicou amplo espaço ao ator, que estava a caminho da cidade de Buenos Aires.²⁰ Nas edições em que a seção “Cinema Brasileiro” deixou de circular, foram

²⁰ CASTRO, Nilo André Piana de. *Cinema em Porto Alegre 1939-1942: a construção da supremacia*. Porto Alegre: PUCRS, Dissertação de Mestrado, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2002. Capítulo 04.

realizadas matérias especiais sobre as visitas ao Brasil de Florence Vidor (1895-1977), em 1934, Annabella (1909-1996) e Tyrone Power (1913-1958), em 1938.

Em outros casos, o cinema nacional não era totalmente descartado pela ausência da coluna. Referências são encontradas em editoriais e outras seções, como “Cinema Educativo”, “Cinema e Cinematographistas” e, aproximando-se da década de 1940, na seção “Televisão”. Essas “entressafas” são acompanhadas pela diminuição no número de páginas destinadas ao cinema nacional no periódico, principalmente, pelo aumento do número de ocorrências em que são publicadas apenas fotografias em “Cinema Brasileiro”. Nessa segunda fase da revista, é atingido o percentual de 14% das edições, observáveis em relação a sua não circulação no gráfico abaixo:

15. Quadro percentual comparativo da frequência de publicação de fotografias e da não-circulação da seção Cinema Brasileiro na segunda fase de *Cinearte* (1933-1939).



A importância da fotografia em uma revista amplamente ilustrada como *Cinearte* mereceria, por si só, um capítulo próprio, como atestam os trabalhos que realizam um resgate histórico da imagem em periódicos do início do século XX.²¹

²¹ Destaca-se aqui os seguintes trabalhos: MAUAD, Ana Maria. *Sob o signo da imagem: a produção da fotografia e o controle dos códigos de representação social da classe dominante, no Rio de Janeiro, na primeira metade do século XX*. Niterói: Tese de Doutorado, Universidade Federal Fluminense,

Aqui, infelizmente, coloca-se o estudo imagético em segundo plano, atentando-se apenas para a análise da incidência de seções apenas com fotos em “Cinema Brasileiro”. Como se observa no gráfico, a partir de 1935 pode-se observar tais ocorrências, que ganham importância crescente na “substituição” da seção nos anos de 1937, 1938 e 1939. Se a primeira impressão é a de “falta de assunto”, contraditoriamente, é nesse período que a filmagem nacional ganha maior impulso, com a produção de longas-metragens pela Cinédia, Brasil Vita Filmes e Atlântica.

Os acepipes publicados revelam os bastidores das gravações, seus atores e diretores. São retratos dos cenários e dos estúdios, além de fotografias de *still* (ou seja, o fotograma da película que está sendo gravada). A seção torna-se também um instrumento de divulgação dos filmes, com uma clara concentração de fotos de atores, atrizes, cenas de filmes e cartazes das produções da Cinédia, o estúdio de Gonzaga.

Com 24 edições anuais em 1937, 1938 e 1939, é bastante significativo que a seção “Cinema Brasileiro” tenha sido publicada **sem texto** ou simplesmente não tenha sido publicada em 30 edições ao longo de três anos. Ao contrário de indicar uma mudança no perfil da seção, com maior ênfase na imagem, esse fato anuncia a diminuição do debate sobre o desenvolvimento da cinematografia brasileira em *Cinearte*. Nessa segunda fase, são poucos os editoriais que destacam o assunto (cerca de vinte) e o percentual de participação das demais temáticas identificadas no texto da revista, nas edições entre 1933 e 1939, é de apenas 28% no total. No mesmo período, a revista não circula em 22% das edições.

Apesar da classe cinematográfica encontrar-se mais organizada e atuante, ainda está distante dos objetivos que busca atingir. As demandas expressas pelos artigos restantes seguem as mesmas pautas anteriores: maior espaço para as produções locais, investimento no filme de propaganda no país, criação de uma legislação pró-cinema, investimentos na organização industrial. Entretanto, a dedicação da seção ao tema da indústria cinematográfica, por exemplo, cai de 12% para 9%.

1990; OLIVEIRA, Cláudia Maria Silva de. *A Arqueologia da Modernidade: fotografia, cidade e indivíduo em Fon-Fon!, Selecta e Para Todos..., 1907-1930*. Rio de Janeiro: Tese de Doutorado, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2003.

Observa-se um desgaste da seção “Cinema Brasileiro” em *Cinearte*. A explicação para esse enfraquecimento, entretanto, não se vincula a questões mais imediatas de seu contexto. Não são problemas financeiros, visto que não ocorre diminuição no número de anúncios publicados; não são prejuízos com as novas leis de isenção dos impostos para a importação do papel, posteriores ao golpe do Estado Novo, já que, aparentemente, o grupo Pimenta de Mello não sofreu qualquer retaliação. Também precede a saída de Gonzaga da revista, que ocorre apenas em junho de 1941, momento em que toda a revista parece agarrar-se a uma sobrevivência.

Um indicativo pode ser encontrado no interior do próprio periódico. Cronologicamente, esse desgaste é acompanhado pelo crescimento da radiodifusão no país, que se reflete na revista não só nos anúncios das emissoras, mas também na criação da seção “Televisão”, em março de 1936, para agradar ao público de fãs das estrelas do rádio. Ao mesmo tempo, porém, a cinematografia brasileira encontra-se em período frutuoso. O cinema musical é implantado no Brasil com *Voz do Carnaval*, filme de 1933. Unindo música e comédia de costumes, um novo gênero será amplamente explorado pela Atlântica, com o diretor Luiz de Barros: a chanchada, que terá grande apelo de público. Em 1936, a Cinédia filma *Alô, alô, carnaval*, com as irmãs Carmem e Aurora Miranda interpretando a canção “As garotas do rádio”. As estrelas do rádio vão para o cinema e a popularidade das películas nacionais aumenta ainda mais.

Outra possível explicação está na saída de redatores do grupo *Cinearte*. Observa-se, ao final dos anos trinta, um descuido também com os editoriais. Há casos de editoriais escritos por terceiros, publicação de artigos veiculados em outros jornais e mesmo sua total ausência. Em muitas edições, a revista chega às ruas sem Editorial e sem a seção “Cinema Brasileiro”, apresentando-se quase como um álbum de figurinhas fotográficas desde de sua primeira página. Um formato que surpreende e que espelha a gradativa diminuição dos artigos de crítica no interior da revista.

De fato, as modificações que marcaram as três fases da revista causaram um forte impacto dentro da seção dedicada ao cinema nacional. A pergunta que deve ser respondida nesse momento não é mais qual é influência dessas conjunturas em “Cinema Brasileiro”, mas sim como compreender sua dinâmica de funcionamento e o papel por ela exercida ao longo dos anos. Para tanto, enseja-se uma análise do

tema mais recorrente na seção dedicada ao cinema brasileiro em *Cinearte* ao longo dos anos: as “Notícias do Cinema Brasileiro”.

4.2. Estrelas, filmagens e homens que fazem a cena: as notícias do cinema brasileiro

Com o objetivo de aprofundar a análise da seção dedicada ao cinema brasileiro em *Cinearte*, optamos por detalhar a dinâmica do tema mais recorrente em suas edições. As “Notícias do Cinema Brasileiro” representam 43% do total geral das seções, considerando os 219 números publicados da revista entre 1926 e 1939. Tratar-se-á, pois, de traçar o perfil dessa seção a partir desta faceta que se mostrou quantitativamente mais expressiva e, portanto, qualitativamente significativa também.

Convém lembrar que esse tema foi definido a partir de um modelo de seção que se organiza em torno de pequenas notas e informes. O conjunto não traz nenhum assunto específico em destaque, como no caso de uma matéria ou reportagem, e apresenta-se como um rico informativo da produção de cinema no país. Uma proposta, para o segmento nacional, em perfeita sintonia com o restante da publicação, como destaca seu primeiro editorial: “Reunir dentro das páginas de *Cinearte* (...) seções amplas e variadas, contendo todos os informes úteis e agradáveis, hauridos aqui e fora daqui, em todos os mercados que suprem de filmes o Brasil (...)”.²²

Antônio Moreno destaca o papel da crítica cinematográfica entre os anos de 1912 e 1922, marcados pelos filmes patrióticos e adaptações de clássicos da literatura nacional para as telas:

Fator importante em qualquer processo político ou cultural, neste período a crítica alienada condena os filmes nacionais e promove uma grande campanha para tachá-los de ridículos. Sem notar que, por tabela, estava servindo à estratégia estrangeira de monopólio do mercado cinematográfico.²³

²² Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 03 de março de 1926, nº 01, p.03.

²³ MORENO, op. cit., p. 37.

O nascimento de revistas como *Para Todos...* e *Selecta* contribui na mudança do perfil das críticas à produção nacional, avaliando com maior clareza o cinema incipiente brasileiro. A partir de 1923, essa produção cresce, com a ocorrência dos chamados “ciclos regionais” de cinema no Rio Grande do Sul, interior de São Paulo, Minas Gerais e Pernambuco, além de trabalhos no Paraná e nas capitais do eixo Rio-São Paulo. Ainda em *Para Todos...* é iniciada a campanha “Todo filme brasileiro deve ser visto”, que terá seqüência em *Cinearte* para a divulgação e a valorização dos filmes nacionais.

O leitor quando estiver no Cinema e for representado na tela um filme brasileiro, dedique todo o sentido ao mesmo a fim de que seja o seu comentário criterioso e ponderado ato ao valor e desenvolvimento da nossa filmagem, que ainda é muito nova entre nós. Sejamos os primeiros a engrandecer a cinematografia brasileira.²⁴

As “Notícias do Cinema Brasileiro” são principalmente constituídas por informes gerais sobre as produções nacionais em andamento. A seção traz inúmeras resenhas dos filmes que estão em produção, entrevistando técnicos e artistas envolvidos, realçando “o fulgor das nossas estrelas”. E é bastante detalhista em suas informações: narra desde a montagem de sets de filmagem, a escolha de atores, a invenção de novos aparelhos, a inauguração de produtoras, estúdios e laboratórios.

A seção também exerce o papel de divulgação das salas de exibição em que estão sendo projetadas essas películas que, com poucas ou até uma única cópia (rolo), demoram meses para circular pelas principais cidades do país. Para tanto, é bastante recorrente, nos primeiros anos, a publicação de listas das empresas cinematográficas e das distribuidoras nacionais, com contatos para que o exibidor solicitasse os rolos de filmes para as suas casas. Posteriormente, com a organização do Circuito dos Exibidores e da Distribuidora de Filmes Brasileiros (D.F.B.), a revista abandonará essa prática, dirigindo a propaganda para os exibidores a partir desses dois organismos.

Porém, as relações do grupo de *Cinearte* com alguns dos outros produtores cinematográficos no país não eram flores, como eles próprios não se esforçam em

²⁴ Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 29 de dezembro de 1926, nº 44, p.03.

esconder. Já nas primeiras edições, a seção distribui “alfinetadas” em pelo menos duas companhias: a Groff, de Curitiba (“O público quer saber se a Groff faz film ou fita”)²⁵ e a Aurora Film, do Recife. Ambas as companhias são inclusive acusadas de “desmoralizadores” do meio cinematográfico, posto que a “filmagem brasileira é um caso de polícia...”²⁶

A publicação de trechos de matérias sobre o cinema nacional veiculadas em outras mídias (jornais, revistas e rádio) reforça a pertinência do assunto, demonstrando a existência de outros interessados, além de ampliar o leque do debate, trazendo novos argumentos, tanto contra quanto a favor do trabalho que vinha sendo realizado pelos produtores. Por exemplo, na edição de 12 de outubro de 1927, a seção “Filmagem Brasileira” apresentou um comunicado epistolar divulgado no *Jornal de Alagoas*:

Notícia que causará espanto a muita gente, é que temos uma indústria cinematográfica definitivamente firmada, ao que parece.(...) Quanto à aceitação das produções da cinematografia brasileira, foi bem animadora para os industriais que patrioticamente se lançaram à tarefa árdua de criar no Brasil essa indústria, que é um ótimo elemento de propaganda da nossa civilização.

Já longe estamos dos primeiros ensaios feitos por pessoas incompetentes, sem senso estético e falhos dos conhecimentos técnicos indispensáveis para a confecção de películas. O nosso público isso compreendeu e não regateia a sua assistência aos cinemas em que são exibidas produções nacionais, animando da maneira mais positiva a incipiente indústria, que servida por profissionais competentes pode em pouco tempo tomar incremento.²⁷

No ano de 1926, foram produzidas doze películas de ficção em longametragem.²⁸ Porém, as palavras do comunicado desenhavam uma realidade otimista

²⁵ Filmagem Brasileira. Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 17 de março de 1926, nº 03.

²⁶ Filmagem Brasileira. Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 31 de março de 1926, nº 05.

²⁷ Filmagem Brasileira. Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 12 de outubro de 1927, nº 53, p. 05.

²⁸ Para ilustrar o cenário das empresas produtoras cinematográficas, *Cinearte* divulga a seguinte listagem em 1926, com o nome do, a produtora e a agência de distribuição: "Gigi", produzido pela Adam e distribuído pela Pathé São Paulo; "Sofrer para gozar" e "A carne", ambos da Apa e distribuídos pela Agência Brasil América (rua Visconde de Rio Branco, 55 – São Paulo; Rua da Carioca, 20 – Rio de Janeiro); "Gigolette", produzido pela Benedetti e distribuído pela Companhia Brasil Cinematográfica; "Dever de amar" e "A esposa do solteiro", também da Benedetti Film, do Rio de Janeiro; "Corações em suplício", produzido pela Masotti-Film, de Guaranesia-MG; "Na primavera da vida", produzido pela Phebo Sul América, de Cataguazes-MG; "Quando elas querem", produzido pela Visual e distribuída pela Agência Matarazzo; "Segredos do corcunda", produzido pela Rossi, de São Paulo; "Hei de vencer", da Rosito, também de São Paulo; "Passei toda a via num sonho", produzido pelo Cine-Clube. Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 07 de abril de 1926, nº 06.

para o momento brasileiro. A aceitação das produções, pelos exibidores, é imposta pela legislação de 1932, e pelo público, em larga escala, se dará apenas com o advento da chanchada. A esperança do comunicado epistolar não é compartilhada pela revista, ao menos na íntegra: eles acreditam sim na consistência de uma indústria incipiente e de seus resultados, mas constantemente ressaltam que ainda há muito por fazer. Principalmente, convencer o país da existência de seu cinema:

Em todos os números mantemos esta seção de *Filmagem Brasileira*. Por seu intermédio, todos podem acompanhar o progresso que está tendo o nosso Cinema. Raro é o mês que não anotamos mais um filme em confecção, mais um elemento valioso que surge, enfim, um passo para a frente na organização em base sólida da nossa Indústria de Cinema. (...)

Ora essa, se tudo que aqui está não é progresso, se não evoluímos um pouco que seja. Poderemos voltar ao assunto com mais vagar, mesmo porque é preciso convencer a estes eternos maldizentes do que é nosso, que quer queiram ou não, o Cinema no Brasil é uma realidade.²⁹

Entre os projetos de divulgação que buscam cativar o público de cinema para os filmes nacionais está a escolha do *Medalhão Cinearte*, que premiou o melhor filme brasileiro do ano de 1927, através da avaliação dos diretores da revista, de Pedro Lima, colunista de “Filmagem Brasileira” e de Álvaro Rocha, crítico de cinema no Rio de Janeiro.

A fim de estimular os que se dedicam a “Filmagem Brasileira” e incentivar a produção em nosso país, *Cinearte* oferecerá um medalhão em bronze ao melhor filme brasileiro de 1927, oferta esta que naturalmente se repetirá nos anos seguintes.³⁰

A avaliação do mercado brasileiro de cinema pela revista é extremamente positiva, destacando-o como um dos principais importadores de películas, com representação dos “departamentos de exportação de grandes fábricas americanas”. Também enfatizam o número crescente de salas de exibição pelo país (conforme foi demonstrado, no capítulo I, para a cidade do Rio de Janeiro). O público, “vai se tornando essencialmente cinematográfico”, mas ainda não percebeu “necessidade

²⁹ “O que foi 1926 para o nosso Cinema”. *Filmagem Brasileira*. Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 09 de março de 1927, nº 54, p. 04 e 05.

³⁰ “Cinearte oferece um medalhão em bronze ao melhor film brasileiro de 1927”. Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 23 de fevereiro de 1927, nº 104. p. 07.

de termos um Cinema para nós e dar todo o seu apoio”.³¹ O medalhão foi vencido por “Thesouro Perdido”, filme de Humberto Mauro realizado em Cataguazes, Minas Gerais, na companhia Phebo Sul América. A iniciativa, porém, não foi repetida nos anos posteriores.

Presença constante, dentre as pequenas notas da temática “Notícias do Cinema Brasileiro”, está a luta contra as escolas de cinema e seus “exploradores”, pessoas desconhecidas ao grupo de *Cinearte*, ou seja, de fora do meio cinematográfico e que se propõem a ensinar técnicas de filmagem.

Quando todos os Estados do Brasil extinguiram as escolas cinematográficas, cujo único benefício é dar trabalho à polícia e nada mais, surge uma Academia Cinematographica Bahia Films, na linda capital de S. Salvador.

É seu diretor um tal de Francisco Adamo, que se diz muito conhecido no meio de Cinema, etc. Ora, ninguém conhece este ilustre Cavalheiro nas rodas de Cinema (...).³²

Na opinião de *Cinearte*, cinema não é algo que se aprenda em sala de aula e sim a partir da prática, da tentativa. Não há qualquer menção favorável a essas escolas, nem tampouco anúncios de cursos na revista, que publica, inclusive em uma coluna especial, chamada “Um pouco de técnica”, noções de fotografia, enquadramento, roteiro e outras etapas do processo de filmagem.

As primeiras viagens de Ademar Gonzaga aos Estados Unidos foram acompanhadas de notas sobre a proposta de construção de um estúdio cinematográfico em moldes industriais. A construção do estúdio da Cinédia, fundada em 15 de março de 1930, e as primeiras produções sob esse rótulo foram precedidas por diversas referências na coluna, especialmente entre os anos de 1929 e 1931. Ocuparam as páginas de “Notícias do Cinema Brasileiro” notas esparsas sobre a filmagem, acompanhadas de grandes fotos, com destaque para as produções *Limite*, de Mário Peixoto (1930) e *Ganga Bruta*, de Humberto Mauro (1933).

Freqüentes são, a partir de 1933, a publicação dos dados sobre os filmes censurados pela Comissão de Censura Cinematográfica, formada no Museu

³¹ Idem.

³² Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, 28 de agosto de 1929, nº 183. p. 04.

Nacional. A obrigatoriedade de exibição de um complemento nacional, após o decreto-lei nº 21.240, de 1932, pode ser acompanhada através dessas listagens, quando se percebe também um aumento no número de produções para atender a essa demanda. Também passa a ser divulgado em *Cinearte* o nome dos complementos brasileiros exibidos nos cinemas, a partir de 1936, ano de criação do Instituto Nacional de Cinema Educativo. A institucionalização dessas leis pode ser observada na seção através das referências sobre a aproximação do poder público, ao qual vincula-se grande parte da produção, especialmente de filmes em curta-metragem.

O ano de 1940 é marcado pelo início do funcionamento do Departamento de Imprensa e Propaganda, criado em 30 de dezembro do ano anterior, e pelo *boom* de Carmem Miranda, que se apresenta nos Estados Unidos e participa de diversos filmes da 20th Century Fox. Até 1942, a seção perde sua identificação gráfica e sua frequência e noção de conjunto, aparecendo de forma esparsa nas páginas da revista, às vezes com matérias, muitas vezes apenas com fotos e, em alguns casos, misturada a informações sobre o rádio. Isso se agrava quando a publicação torna-se mensal, em junho de 1940. A publicação de artigos analisando a situação do cinema nacional permanece, como notado tom ufanista, mas especialmente após a saída de Ademar Gonzaga, o cinema nacional se fará presente nos editoriais, mas não enquanto uma seção coesa e de características marcadas.

De fato, a seção “Cinema Brasileiro” muda a tônica a partir da ascensão da chanchada e da interação da filmagem nacional com a Política de Boa Vizinhança. Porém, mesmo com essa alteração de eixo nas últimas edições, ainda é possível apontar a presença do assunto ao longo dos dezesseis anos.

No caso do tema identificado como “Notícias do Cinema Brasileiro”, sua presença e manutenção cumprem as funções de divulgação dos trabalhos realizados na área e de reafirmação da sua importância, qualidade e, principalmente, de sua existência. É uma forma também de “marcar espaço”, mostrando que essa produção cinematográfica é rica e variada, estando presente a cada semana e trazendo novidades. Da mesma forma, o tema “Filmes e Astros” e mesmo a publicação apenas de fotografias também cumprem esse papel.

Por outro lado, o perfil aqui traçado é resultado da seleção de alguns trechos que identificam uma das temáticas presentes na revista. As informações trazidas por

essas notas repetem-se a cada edição, com outros nomes, outras referências, mas mantendo a mesma fala. São dados riquíssimos para a construção de uma história do cinema brasileiro, porém não traduzem a dimensão do debate proposto por seus articulistas e claramente presente em *Cinearte*.

O grande diferencial da seção “Filmagem Brasileira”, “Cinema do Brasil” e “Cinema Brasileiro” está exatamente nesse percentual restante e minoritário que representam os textos mais aprofundados publicados na revista: são apenas, porém extremamente significativos 31%.

Não se deve ignorar a dimensão dos artigos de opinião publicados na revista, mesmo que em menor número, posto que é partir deles são travados esses debates sobre inúmeros temas de crucial importância no período, que acabam por constituir-se ou não em demandas coletivas, e desse processo faz parte a problematização a partir dos textos abordados por seus redatores.

Ao mesmo tempo, essa seção cumpre a função de proporcionar um espaço para o debate qualificado acerca do desenvolvimento da arte cinematográfica no país, reunindo técnicos e artistas a fim de chamar a atenção para a sua causa. Por um momento, questiona-se a representatividade dos dados quantitativos aqui apresentados. Portanto, a análise das demais temáticas presentes na revista será privilegiada em um segundo momento.

Considerações Finais

Encerrar a análise de dezesseis anos de *Cinearte* deixa mais perguntas que respostas. Mesmo que o tema escolhido – o cinema brasileiro – propicie um recorte delimitado, inclusive editorialmente, dentro da revista, sua complexidade permite um cem número de abordagens. O mapeamento das temáticas presentes em *Cinearte*, apresentado no capítulo IV, demonstra a dimensão do debate. Objeto central de estudo nessa dissertação, a revista atua como um referente de socialização privilegiado, congregando agentes culturais preocupados em discutir a constituição de um cinema brasileiro e em construir estratégias que explorem suas potencialidades.

O contexto urbano da cidade do Rio de Janeiro, ao longo das duas primeiras décadas do século XX, é fundamental para compreensão do processo através do qual o cinema transformou-se em uma prática social na então Capital Federal. *Cinearte* surge após o vertiginoso crescimento do mercado cinematográfico da cidade e na configuração de um mercado de bens simbólicos, no qual o cinema e outros signos da modernidade interagem com a *urbe* reformada e sua população no pós-República.

Nesse contexto, a imprensa no Brasil entra em um novo período, modernizada, com jornais geridos por empresas jornalísticas. As revistas ilustradas passam a divulgar um pensamento cinematográfico crítico, que começa a se delinear melhor, no Brasil em meados dos anos de 1920. Ao acompanhar a

constituição da revista *Cinearte*, verifica que, como outras revistas, ela pode ser analisada como uma estrutura de sociabilidade, que reúne um grupo de intelectuais-artistas para construir, organizar e propagar as suas idéias acerca do desenvolvimento do cinema no Brasil. Exercendo a função de mediadores socioculturais, o grupo de *Cinearte*, do qual faziam parte Ademar Gonzaga, Mário Behring, Pedro Lima, Octávio Gabus Mendes, Paulo Wanderley e Álvaro Rocha, entre outros, defendem o cinema nacional nas páginas da publicação, em atividade entre março de 1926 e junho de 1942.

Ao se delinear a cartografia de *Cinearte*, são identificadas três fases na revista. A primeira delas, entre 1926 e 1932, é caracterizada pela presença de dois editores – Ademar Gonzaga e Mário Behring – equilibrando opiniões plurais acerca da cinematografia no Brasil. A seção dedicada ao cinema nacional, que tem o seu nome alterado de “Filmagem Brasileira” para “Cinema Brasileiro”, ganha identidade e espaço próprios com as matérias e reportagens escritas por Pedro Lima, o primeiro repórter especializado no tema no Brasil.

A partir de 1933, início da segunda fase de *Cinearte*, a revista, se torna bimensal. Mais do que uma mudança na frequência de publicação, até então mensal, essa decisão marca o fim de um período no qual os assuntos ligados ao cinema nacional têm uma importância crescente no periódico. Mas Lima deixa o grupo de *Cinearte* em 1930 e Behring falece em 1933. São promovidas mudanças internas na publicação, com novas seções, mas que são paralelas ao decréscimo do espaço dedicado ao cinema brasileiro, bem como da capacidade de captação de anúncios, que tem impactos tanto na produção da revista, como em sua continuidade.

Essa segunda fase termina em 1940, quando a discussão sobre o tema se ausenta nas poucas edições em que sua seção específica ainda é publicada. Entre 1940 e 1942, em sua terceira fase, *Cinearte* torna-se mensal e as informações sobre o cinema nacional perdem o foco inicial de promoção e elevação da filmagem brasileira. Gonzaga deixa a revista em junho de 1941, um ano antes do final de suas atividades. Esses cerca de três anos são, portanto, um tempo de declínio do periódico.

Ao aprofundar a análise da seção dedicada ao cinema brasileiro em *Cinearte*, os temas mais recorrentes em suas edições foram detalhados de modo a traçar o

seu perfil, expresso quantitativa e qualitativamente. As “Notícias do Cinema Brasileiro” são seções organizadas em pequenas notas e que formam um conjunto de informes sobre a produção cinematográfica no país, destacando pequenas resenhas sobre os filmes em exibição, a produção de películas, a lista de empresas cinematográficas nacionais, além de informações sobre atores, atrizes, diretores e demais envolvidos com as filmagens, ou seja, informações gerais e pontuais sobre o cinema brasileiro.

Esse tema, que representa 43% do total geral das seções da revista, considerando os 219 números publicados entre 1926 e 1939, cumpre a função de divulgação dos trabalhos realizados na área e de reafirmação da sua importância, qualidade e, principalmente, de sua existência. É também uma forma de “marcar espaço”, mostrando que essa produção cinematográfica é rica e variada, estando presente a cada semana e trazendo novidades.

Entretanto, mesmo apresentando dados riquíssimos para a construção de uma história do cinema brasileiro, as seções identificadas como “Notícias do Cinema Brasileiro” não traduzem a dimensão do debate proposto pelos articulistas de *Cinearte*. Envolvidos com as “cousas” da cinematografia dentro e fora da revista, o grupo de *Cinearte* e, em especial, Ademar Gonzaga, insere-se em espaços privilegiados de discussão e atuação política, como comissões estatais e associações de classe, além da própria produção cinematográfica.

Nas opiniões publicadas na revista, leva-se ao público de fãs os debates sobre inúmeros temas de crucial importância no período, que acabam por constituir-se ou não em demandas coletivas, sempre abordadas por seus redatores, também construtores de informação. Eles se apresentam como intelectuais-artistas, exercendo o papel de mediadores culturais entre os leitores e as instâncias de decisão, e entre os produtores cinematográficos e os leitores.

Os meios de comunicação, estudados a partir de sua dimensão histórica, são vistos como espaços de prática política e produção cultural. *Cinearte* foi um espaço de fermentação de idéias e reunião de pessoas interessadas em discutir a constituição de um cinema brasileiro e em construir estratégias que explorem suas potencialidades. Através da revista, foi possível observar engrenagens do meio intelectual, identificar seus principais agentes, compreender a dinâmica de um campo intelectual e artístico em formação.

Em uma pequena parcela, o trabalho com a revista contribui na discussão sobre o papel dos intelectuais na política cultural brasileira, no período em que *Cinearte* circulou, observando as relações que estabeleceram com o aparato estatal, quer reivindicando medidas de apoio ao setor cinematográfico, quer participando da formulação do próprio setor.

As leituras sobre o cinema brasileiro em *Cinearte* e os atores presentes a esse debate compõem o panorama central traçado pelo trabalho que nesse momento se encerra. Ele é a chave que permitirá, no futuro, um estudo mais abrangente sobre os diversos assuntos comentados, discutidos e publicados na revista.

Obras Consultadas

Fontes Impressas e Digitalizadas

Anais da Biblioteca Nacional – volumes 25 (1903), 38 (1916), 40 (1918), 43 e 44 (1920-1021), 45 (1923), 54 (1932) e 55 (1933). Consulta *online* realizada em www.bn.br/tesourosdabiblioteca em junho de 2004.

Anuário Estatístico do Brasil. Rio de Janeiro: Tipografia do Departamento Estatística e Publicidade, 1936. Ano II.

Apreciaciones sobre películas cinematográficas. Legión Mexicana de la Decencia, México DF, nº 30, ano VI, 12/08/1939.

Associação Cinematográfica de Produtores Brasileiros. Relatório da Diretoria, biênio de 02/06/1934 a 02/06/1936. Relator: Armando de Moura Carijó. Rio de Janeiro: Typographia do Commercio, 1937.

Boletim semanal nº 51 do Secretariado de Cinema e Imprensa da Ação Católica. 03/06/1944. Mimeo. Coleção Jonathas Serrano, Arquivo Nacional.

Boletim semanal nº 55 do Secretariado de Cinema e Imprensa da Ação Católica. 07/07/1944. Mimeo. Coleção Jonathas Serrano, Arquivo Nacional.

Boletim semanal nº 57 do Secretariado de Cinema e Imprensa da Ação Católica. 21/07/1944. Mimeo. Coleção Jonathas Serrano, Arquivo Nacional.

Recenseamento Geral do Brasil, 01º de setembro de 1940. Série nacional, volume II. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

VARGAS, Getúlio. "O cinema nacional elemento de aproximação dos habitantes do país (discurso proferido na manifestação promovida pelos cinematografistas em 25 de junho de 1934)". *A nova política do Brasil*, volume 3, Rio de Janeiro, José Olympio Ed., 1938, p. 183-189.

Fontes Manuscritas

- “Licença ao chefe de Polícia do Distrito Federal, Gen. Manuel Carneiro Lopes Fontoura, 2ª Delegacia Auxiliar de Polícia”. Casas de Diversão, 1923. Fundo Ministério da Justiça e Negócios Interiores (GIFI), Arquivo Nacional.
- “Reunião da Comissão de que trata o artigo 7º das instruções baixadas pelo Snr. Ministro da Educação para o Convênio Cinematográfico Educativo”. Fundo Comissão de Censura Cinematográfica, Museu Nacional. 05 p.
- SERRANO, Jonathas. “O cinema e os problemas sociais”. Mimeo. Coleção Jonathas Serrano, Arquivo Nacional.
- SERRANO, Jonathas. “Cinema e impolidez”. Mimeo. Coleção Jonathas Serrano, Arquivo Nacional.
- GC g 1934.00.00/2. Exposição de motivos. Arquivo Gustavo Capanema, CPDOC/FGV.
- GC g 1934.00.00/2. Ministério da Educação e Saúde Pública. Ofício nº 40. Rio de Janeiro, 12 de maio de 1936. Arquivo Gustavo Capanema, CPDOC/FGV.
- GC g 1935.00.00/2. Ministério da Educação e Saúde Pública. Ofício nº 88. Remete relatório. Rio de Janeiro, 24 de fevereiro de 1937. Arquivo Gustavo Capanema, CPDOC/FGV.

Entrevistas

- Adhemar Gonzaga. *Depoimento ao Museu da Imagem e do Som*. Rio de Janeiro, 22 de agosto de 1974. Entrevistadores: Ernesto Sabóia, Gilda de Abreu e Jurandyr Passos Noronha.
- Pedro Lima. “Pedro Lima: o crítico e a indústria cinematográfica”. Entrevista transcrita anexa à: SIMIS, Anita. *Estado e cinema no Brasil*. São Paulo: Tese de doutorado, Universidade de São Paulo, 1992.

Periódicos

- Fon-Fon* (1908, 1912)
- Careta* (1911)
- Cinearte* (1926-1942)
- Diário da Noite* (1931, 1933)
- Filme Cultura* (1968, 1974)
- Jornal do Brasil* (1926)
- O Globo* (1976)
- Revista da Semana* (1944)
- Revista das Academias de Letras* (1945)

Referências Bibliográficas

- ABREU, Marcelo de Paiva. "O Brasil e a economia mundial (1929-1945)". Em: FAUSTO, Boris. *História Geral da Civilização Brasileira. O Brasil republicano – tomo III*. 3ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995. vol. 4
- ABREU, Maurício. *A evolução urbana no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: IPLAN/Zahar, 1987.
- ALCÂNTARA, Maria de Lourdes. *Cinema, quantos demônios: a relação da Igreja com o cinema*. São Paulo: Tese de doutorado, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 1990.
- ALMEIDA, Cláudio Aguiar. *Meios de comunicação católicos na construção de uma ordem autoritária: 1907/1937*. São Paulo: Tese de doutorado, Universidade de São Paulo, 2002.
- _____. *O cinema como "agitador de almas": Argila, uma cena do Estado Novo*. São Paulo: Annablume, 1999.
- ALMEIDA, Joaquim Canuto Mendes de. *Cinema contra cinema. Bases gerais para organização do Cinema Educativo no Brasil*. São Paulo: Editora Nacional, 1931.
- ARAÚJO, Roberto Assumpção de. *O cinema sonoro e a educação*. Tese apresentada para o concurso de técnico de educação. s/l:s/e, 1939.
- ARAÚJO, Vicente de Paula. *A bela época do cinema brasileiro*. 2ª ed. São Paulo: Perspectiva, 1985.
- BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica – história da imprensa no Brasil*. 4ª ed. São Paulo: Ática, 1990.
- BALABAN, Marcelo (org.). *Instantâneos do Rio Antigo*. Campinas/SP: Mercado de Letras/Cecult; São Paulo: Fapesp, 2003.
- BARRETO, Lima. *Histórias e sonhos* [Livro eletrônico]. Rio de Janeiro: Biblioteca Nacional, 2003. [1ª ed.: 1920].
- BENCHIMOL, Jaime Larry. *Pereira Passos: um Haussmann tropical: a renovação urbana da cidade do Rio de Janeiro no século XX*. Rio de Janeiro: Secretaria Municipal de Cultura, Turismo e Esportes, Departamento Geral de Doc. e Inf. Cultural, Divisão de Editoração, 1992.
- BENDER, Flora Christina. *A Scena Muda*. São Paulo: Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo, 1979.
- BENJAMIN, Walter. *Charles Baudelaire um lírico no auge do capitalismo*. 3ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1994. (Obras escolhidas, vol. 03).
- BEOZO, José Oscar. "A Igreja entre a Revolução de 1930, o Estado Novo e a redemocratização". Em: FAUSTO, Boris. (org) *História geral da civilização brasileira – o Brasil republicano, volume 4*. 3ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995.
- BICALHO, Maria Fernanda Baptista. "A arte da sedução: a representação da mulher no cinema mudo brasileiro". Em: COSTA, Albertina de Oliveira; BRUSCHINI,

- Cristina (orgs). *Entre a virtude e o pecado*. Rio de Janeiro: Rosa dos Ventos; São Paulo: Fundação Carlos Chagas, 1992.
- BONEMY, Helena (org.). *Constelação Capanema: intelectuais e políticas*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2001.
- BOURDIEU, Pierre. *A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos*. 2ª ed. São Paulo: Zouk, 2004.
- _____. *A Economia das Trocas Simbólicas*. 5ª ed. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- _____. *O amor pela arte: os museus de arte na Europa e seu público*. São Paulo: Zouk, 2003.
- _____. *O poder simbólico*. 5ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.
- _____. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.
- BROCA, Brito. *A vida literária no Brasil – 1900*. 2ª ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1960. p. 290.
- CALABRE, Lia. “Políticas públicas culturais de 1924 a 1945: o rádio em destaque”. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, nº 32, 2003.
- CARVALHO, José Murilo de. *Os bestializados: o Rio de Janeiro e a República que não foi*. 3ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.
- _____. *A formação das almas: o imaginário da República no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.
- CASTRO, Nilo André Piana de. *Cinema em Porto Alegre 1939-1942: a construção da supremacia*. Porto Alegre: Dissertação de Mestrado, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2002.
- CHALHOUB, Sidney. *Cidade febril: cortiços e epidemias na Corte imperial*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- CHALHOUB, Sidney. *Trabalho, lar e botequim. O cotidiano dos trabalhadores no Rio de Janeiro da belle époque*. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- CHAUÍ, Marilena. *Brasil, mito fundador e sociedade autoritária*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2000.
- COSTA, Dante Nascimento. *A questão da freqüência infantil aos cinemas*. Rio de Janeiro: A Encadernadora, 1937.
- CUNHA, Maria Clementina Pereira. *Ecos da folia: uma história social do Carnaval carioca entre 1880 e 1920*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.
- DIMAS, Antônio. *Tempos Eufóricos: análise da revista Kosmos 1904-1909*. São Paulo: Ática, 1983.
- DUARTE, Rodrigo. *Teoria crítica da indústria cultural*. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2003.
- FABRIS, Annateresa (org.) *Modernidade e Modernismo no Brasil*. São Paulo, Mercado das Letras, 1994.
- FAUSTO, Boris. *A revolução de 30: historiografia e história*. 16ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

- FERREIRA, Marieta de Moraes. *Em busca da idade de ouro: as elites políticas fluminenses na Primeira República (1889-1930)*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1994.
- _____; AMADO, Janaína (org.). *Usos e abusos da história oral*. 5ª ed. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 2002.
- FERRO, Marc. *Cinema e história*. São Paulo: Paz e Terra, 1992.
- FREIRE, Américo. “República, cidade e capital: o poder federal e as forças políticas do Rio de Janeiro no contexto da implantação republicana”. Em: FERREIRA, Marieta de Moraes (org). Rio de Janeiro: uma cidade na história. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000.
- FREITAG, Barbara. *A teoria crítica: ontem e hoje*. 3ª ed. São Paulo: Brasiliense, s/d.
- GALVÃO, Maria Rita. *Burguesia e cinema: o caso Vera Cruz*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1981.
- _____; SOUZA, Carlos Roberto de. “Cinema brasileiro: 1930-1964”. Em: FAUSTO, Boris. *História Geral da Civilização Brasileira. O Brasil republicano – tomo III*. 3ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995. vol. 4. p. 463-500.
- GARCIA, Nelson Jahr. *O Estado Novo: Ideologia e propaganda política. A legitimação do Estado autoritário perante as classes subalternas*. São Paulo: Edições Loyola, 1982.
- GARCÍA-CANCLINI, Néstor. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.
- GARDNIER, Ruy; TOSI, Juliano. “Cronologia da crítica cinematográfica no Brasil”. *Contracampo – revista de cinema*. nº 24. Publicação on-line: <http://www.contracampo.he.com.br/24/frames.htm> (capturado em: sexta-feira, 26 de dezembro de 2003, 10:07:48)
- GRAMSCI, Antonio. *Os intelectuais e a organização da cultura*. 5ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1985.
- _____. *Literatura e vida nacional*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1968.
- GOMES, Angela de Castro. *Essa gente do Rio... Modernismo e nacionalismo*. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1999.
- _____. *História e historiadores*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1999.
- GOMES, Paulo Emílio Salles. *Cinema: trajetória no subdesenvolvimento*. São Paulo: Paz e Terra, 1996.
- _____. *Humberto Mauro, Cataguases, Cinearte*. São Paulo: Perspectiva, 1974.
- GONZAGA, Alice. *Palácios e poeiras: 100 anos de cinemas no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Record/Funarte, 1996.
- GONZAGA, Alice; AQUINO, Carlos. *Gonzaga por ele mesmo*. Rio de Janeiro: Record, 1989.

- GOULART, Silvana. *Sob a verdade oficial: ideologia, propaganda e censura no Estado Novo*. São Paulo: Marco Zero, 1990.
- GUARESCHI, Pedrinho A. (org). *Os construtores da informação: meios de comunicação, ideologia e ética*. Petrópolis/RJ: Vozes, 2000.
- HANSEN, Miriam Bratu. "Estados Unidos, Paris, Alpes: Kracauer (e Benjamin) sobre o cinema e a modernidade". Em: CHARNEY, Leo; SCHWARTZ, Vanessa R. *O cinema e a invenção da vida moderna*. São Paulo: Cosac&Naify, 2001.
- HARDMAN, Francisco Foot. *Nem Pátria, nem Patrão! Vida operária e cultura anarquista no Brasil*. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- HAUNER, June E. *Pobreza e política: os pobres urbanos no Brasil – 1870/1920*. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1993.
- HOBBSBAWN, Eric. *Ecossistema da Marsehesa*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor W. "A Indústria Cultural: o esclarecimento como mistificação das massas." In: *A Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1985.
- IANNI, Octavio. *Ensaio de sociologia da cultura*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1991.
- JEANNENEY, Jean-Noël. "A Mídia". Em: RÉMOND, René (org). *Por uma história política*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ/Fundação Getúlio Vargas, 1996.
- JOÃO DO RIO. *A alma encantadora das ruas* [Livro eletrônico]. Rio de Janeiro: Biblioteca Nacional, 2002.
- KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru/SP: EDUSC, 2001.
- LEAL, Vítor Nunes. *Coronelismo, enxada e voto*. 3ª ed. São Paulo: Alfa-Omega, 1978.
- LEBEL, Jean Patrick. *Cinema e ideologia*. Lisboa: Editorial Estampa, 1972.
- LEITE, Sidney Ferreira. *O filme que não passou: Brasil e Estados Unidos na política de boa vizinhança. A diplomacia no cinema*. São Paulo: Tese de doutorado, Universidade de São Paulo, 1998.
- LIMA, Evelyn Furquim Werneck. *Arquitetura do espetáculo: teatros e cinemas na formação do espaço público das praças Tiradentes e Cinelândia. Rio de Janeiro: 1813-1950*. Tese de Doutorado. Rio de Janeiro: Instituto de Filosofia e Ciências Sociais, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 1997. vol 2.
- LINO, Sônia Cristina da Fonseca Machado. *História e cinema: uma imagem do Brasil nos anos 30*. Niterói: Dissertação de mestrado, Universidade Federal Fluminense, 1995.
- LOBO, Eulália. *Rio de Janeiro operário: natureza do Estado, a conjuntura econômica, condições de vida e consciência de classe, 1930-1970*. Rio de Janeiro: ACESS Editora, 1992.
- LORIGA, Sabina. "A biografia como problema". Em: REVEL, Jacques. *Jogos de escalas: a experiência da microanálise*. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1998. p. 225-249.

- LOVE, Joseph. *O Regionalismo Gaúcho e as origens da Revolução de 30*. São Paulo: Perspectiva, 1975.
- LUCA, Tânia Regina de. *Revista do Brasil: um diagnóstico para a (N)ação*. São Paulo, Ed. UNESP, 1999.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. 2ªed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.
- MARTINS, Ana Luiza. *Revistas em revista: imprensa e práticas culturais em tempos de República. São Paulo (1880-1920)*. São Paulo: EDUSP/Fapesp/Imprensa Oficial do Estado, 2001.
- MARTINS, William de Souza Nunes. *Paschoal Segreto: “Ministro das Diversões” do Rio de Janeiro (1883-1920)*. Dissertação em História, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2004.
- MARX, Karl. *Para a crítica da economia política; Salário, preço e lucro; O rendimento e suas fontes: a economia vulgar*. São Paulo: Abril Cultural, 1982.
- MATTELART, Armand e Michéle. *História das teorias da comunicação*. 4ªed. São Paulo: Edições Loyola, 2001.
- MATTELART, Armand. *A Comunicação-mundo: história das idéias e das estratégias*. Petrópolis: Vozes, 1994.
- MATTOS, Hebe Maria. *Das Cores do Silêncio: os significados da liberdade do Sudeste escravista*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1998.
- MAUAD, Ana Maria. *Sob o signo da imagem: a produção da fotografia e o controle dos códigos de representação social da classe dominante, no Rio de Janeiro, na primeira metade do século XX*. Niterói: Tese de Doutorado, Universidade Federal Fluminense, 1990.
- MICELI, Sérgio. *Intelectuais à brasileira*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.
- MORENO, Antônio. *Cinema brasileiro: história e relações com o Estado*. Niterói: EDUFF; Goiânia: CEGRAF/UFG, 1994.
- MOREYRA, Alvaro. *As amargas, não...: lembranças*. 4ª ed. Porto Alegre: Instituto Estadual do Livro, 1990.
- MORIN, Edgar. *As estrelas: mito e sedução no cinema*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.
- MORSE, Richard M. “As cidades “periféricas” como arenas culturais: Rússia, Áustria e América Latina”. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, vol. 08, nº 16, 1995, p. 205-225.
- MORETTIN, Eduardo Victorio. *Cinema e história: uma análise do filme “Os Bandeirantes”*. São Paulo: Dissertação de mestrado, Universidade de São Paulo, 1994.
- MOURA, Roberto. “A indústria cultural e o espetáculo-negócio no Rio de Janeiro”. Em: LOPES, Antônio Herculano. *Entre Europa e África – a invenção do carioca*. Rio de Janeiro: Topbooks/Fundação Casa Rui Barbosa, 2000. p. 113-154.

- NUNES, Clarice. “As políticas públicas de educação de Gustavo Capanema no governo Vargas”. Em: BONEMY, Helena (org.). *Constelação Capanema: intelectuais e políticas*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2001.
- OLIVEIRA, Cláudia Maria Silva de. *A Arqueologia da Modernidade: fotografia, cidade e indivíduo em Fon-Fon!, Selecta e Para Todos..., 1907-1930*. Rio de Janeiro: Tese de Doutorado, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2003.
- OLIVEIRA, Elysabeth Senra de. *Uma geração cinematográfica: intelectuais mineiros da década de 50*. São Paulo: Annablume, 2003.
- OLIVEIRA, Vera Brandão de. “Uma odisséia no tempo: Pedro Lima em *flashback*”. *Filme Cultura*, Brasília, nº 26, setembro de 1974.
- ORTIZ, Renato. *Cultura brasileira e identidade nacional*. 5ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira – cultura brasileira e indústria cultural*. 3ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1991.
- PADILHA, Márcia. *A cidade como espetáculo: publicidade e vida urbana na São Paulo nos anos 20*. São Paulo: Annablume, 2001.
- PINHEIRO, Paulo Sérgio. “Classes médias urbanas: formação, natureza, intervenção na vida política”. Em: FAUSTO, Boris. *História Geral da Civilização Brasileira. O Brasil republicano – tomo III*. 3ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995. vol. 2
- PECHMAN, Sérgio; FRITSCH, Lilian. “A reforma urbana e o seu avesso: Algumas considerações a propósito da modernização do Distrito Federal na virada do Século”. *Revista Brasileira de História*, São Paulo, v. 5, nº 8/9, setembro 1984/abril 1985.
- PESAVENTO, Sandra. *O imaginário da cidade: visões literárias do urbano – Paris, Rio de Janeiro, Porto Alegre*. Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS, 1999.
- PONTES, Heloísa. *Destinos mistos: os críticos do grupo Clima em São Paulo (1940-1968)*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.
- QUEIROZ, Eliana. *A Cena Muda como fonte para a história do cinema brasileiro (1921-1933)*. São Paulo: Tese de doutorado, Universidade de São Paulo, 1981.
- RAMA, Angel. *A cidade das letras*. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- RAMOS, Alcides Freire. *Canibalismo dos fracos: cinema e História do Brasil*. Bauru, SP: EDUSC, 2002.
- RAMOS, Fernão; MIRANDA, Luiz Felipe. (org). *Enciclopédia do Cinema Brasileiro*. São Paulo: Editora SENAC, 2000.
- RAMOS, Lécio et alli. *Índice Cinearte*. Rio de Janeiro: Fundação Cinemateca Brasileira, 1989.
- RAMOS, Ricardo. *Do reclame à comunicação: pequena história da propaganda no Brasil*. 3ª ed. São Paulo: Atual, 1985.
- REES, Laurence. *Vende-se política*. Rio de Janeiro: Revan, 1995.

- RÉMOND, René (org). *Por uma história política*. Rio de Janeiro: Ed.FGV/Ed.UFRJ, 1996.
- RIBEIRO, Adalberto Mário. *Instituições Brasileiras De Cultura*. Rio de Janeiro: Ministério da Educação e Saúde, Serviço de Documentação, 1945.
- ROCHA, Oswaldo Porto. *A era das demolições: cidade do Rio de Janeiro: 1870-1920*. CARVALHO, Lia de Aquino. *Contribuição ao estudo das habitações populares*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Secretaria Municipal de Cultura, Departamento Geral de Doc. e Inf. Cultural, DGDI, 1995. p. 46.
- ROSA, Cristina Souza da. *Imagens que educam: o cinema educativo no Brasil dos anos 1930 e 1940*. Niterói: Dissertação de mestrado, Universidade Federal Fluminense, 2002.
- RÜDIGER, Francisco. *Ciência social crítica e pesquisa em comunicação: trajetória histórica e elementos da epistemologia*. São Leopoldo/RS: Editora da UNISINOS, 2002.
- _____. *Tendências do jornalismo*. 2ª ed. Porto Alegre: Ed. da Universidade/UFRGS, 1998.
- SALIBA, Maria Eneida Fachini. *Cinema contra cinema: o cinema educativo de Canuto Mendes (1922-1931)*. São Paulo: Annablume/Fapesp, 2003.
- SCHVARZMAN, Sheila. *Humberto Mauro e as imagens do Brasil*. São Paulo: Editora UNESP, 2004.
- SCHWARCZ, Lilia Moritz. *O espetáculo das raças: cientistas, instituições e questão racial no Brasil – 1870-1930*. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.
- SCHWARTZMAN, Simon; BOMENY, Helena; COSTA, Vanda. *Tempos de Capanema*. 2ªed. São Paulo: Paz e Terra: Fundação Getúlio Vargas, 2000.
- SERRANO, Jonathas. *Epítome de História do Brasil*. 4ª ed. Rio de Janeiro: F. Briguiet & Cia, 1944.
- _____; VENÂNCIO Fº, Francisco. *Cinema e Educação*. São Paulo: Melhoramentos, 1931.
- SEVCENKO, Nicolau. *Literatura como missão: tensões sociais e criação cultural na Primeira República*. 2ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.
- SILVA, Fernanda Magalhães. *Cinematographo: crônica e sociedade na Belle Époque*. Tese de doutorado. Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2003.
- SILVA, Gastão Pereira da. *Serrador o creador da Cinelândia*. Rio de Janeiro: Editora Vieira de Melo, s/d.
- SILVA, Sérgio. *Expansão cafeeira e origens da indústria no Brasil*. 7ª ed. São Paulo: Editora Alfa-Ômega, 1986.
- SIMIONI, Ana Paula Cavalcanti. *Di Cavalcanti ilustrador: trajetória de um jovem artista gráfico na imprensa (1914-1922)*. São Paulo: Editora Sumaré, 2002.
- SIMIS, Anita. *Estado e cinema no Brasil*. São Paulo: Annablume, 1996.
- SIRINELLI, Jean-François. "Os intelectuais". Em: RÉMOND, René (org). *Por uma história política*. Rio de Janeiro: Ed.FGV/Ed.UFRJ, 1996.

- SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.
- SOUZA, Jessie Jane Vieira de. *Círculos operários: a Igreja Católica e o mundo do trabalho no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2002.
- SOUZA, José Inácio de Melo. *O Estado contra os meios de comunicação (1889-1945)*. São Paulo: Annablume/Fapesp, 2003.
- _____. "Francisco Serrador e a primeira década do cinema em São Paulo." Em: *Mnemocine – memória e imagem*. Publicação on-line: <http://www.mnemocine.com.br> (capturado em 26 de dezembro de 2003).
- STEINBERG, Sílvia. "Cinearte – a forma de um ideal". Em: *Cinearte*. Seminário Centro de Pesquisadores do Cinema Brasileiro/Cinemateca do MAM-RJ, 1991.
- SÜSSEKIND, Flora. *Cinematógrafo de letras: literatura, técnica e modernização no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.
- THIESSE, Anne-Marie. "Ficções criadoras: as identidades nacionais". *Anos 90*, Porto Alegre, nº 15, p. 07-23, 2001/2002.
- THOMPSON, Edward Palmer. *A formação da classe operária inglesa – a árvore da liberdade. vol 1*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.
- TRUZ, Alice Dubina. *A publicidade nas revistas ilustradas: o informativo cotidiano da modernidade. Porto Alegre – anos 20*. Porto Alegre: Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2002.
- VALLADARES, Lucia. "Cem anos pensando a pobreza (urbana) no Brasil". Em: Boschi, Renato R. *Corporativismo e desigualdade*. Rio de Janeiro: RioFundo/IUPERJ, 1991.
- VAN DIJK, Teun A. *La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Ediciones Paidós, 1990.
- VARGAS, Getúlio. *As diretrizes da nova política do Brasil*. Rio de Janeiro: José Olympio Ed., 1942.
- VELHO, Gilberto. "Biografia, trajetória e mediação". Em: VELHO, Gilberto; KUSCHNIR, Karina. (org). *Mediação, cultura e política*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2001.
- VELLOSO, Mônica Pimenta. *Modernismo no Rio de Janeiro. Turunas e Quixortes*. Rio de Janeiro, FGV, 1996.
- _____. *As tradições populares na Belle Époque carioca*. Rio de Janeiro: Funarte/Instituto Nacional do Folclore, 1988.
- VIANY, Alex. *Introdução ao cinema brasileiro*. São Paulo: Revan, 1983.
- VIEIRA, João Luiz; PEREIRA, Margareth C. S. "Cinemas cariocas: da Ouvidor à Cinelândia". *Filme Cultura*, Rio de Janeiro, nº 47, agosto de 1986.
- WEID, Elisabeth von der. "A interferência da eletrificação sobre a cidade: Rio de Janeiro (1857-1914)." *Anais do V Congresso Brasileiro de História Econômica e VI Conferência Internacional de História das Empresas (ABPHE)*. Caxambu, MG, 07 à 10 de setembro 2003. (Anais em CD-ROM).
- XAVIER, Ismail. *Sétima arte: um culto moderno*. São Paulo: Perspectiva, 1978.

Arquivos e Bibliotecas Pesquisados

Arquivo Geral da Cidade do Rio de Janeiro

Arquivo Histórico do Itamaraty, Ministério das Relações Exteriores

Arquivo Nacional

Academia Brasileira de Letras

Biblioteca Central do Gragoatá, Universidade Federal Fluminense

Biblioteca Central Irmão José Otão, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

Biblioteca Nacional

Casa de Rui Barbosa

Centro Cultural Banco do Brasil (CCBB-RJ)

Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil –
Fundação Getúlio Vargas (CPDOC-FGV)

Cinemateca Brasileira

Fundação Nacional das Artes (FUNARTE)

Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

Museu Nacional

Museu da Imagem e do Som (MIS-RJ)

Museu de Arte Moderna (MAM-RJ)

Apêndice I. Ficha de coleta de dados sobre cinema brasileiro: revista Cinearte

EDIÇÃO

DATA

| | |
|--|--|
| | |
|--|--|

TÍTULO

| |
|--|
| |
|--|

AUTORIA

| |
|--|
| |
|--|

ASSUNTO

| |
|--|
| |
|--|

TEXTO (transcrição)

| |
|--|
| |
|--|

OBSERVAÇÕES

| |
|--|
| |
|--|

PALAVRAS-CHAVE

| |
|--|
| |
|--|

Apêndice II. Ficha de coleta de dados dos anúncios publicitários: revista Cinearte

EDIÇÃO _____ DATA _____ Nº PÁGINAS EDIÇÃO _____
Nº TOTAL DE ANÚNCIOS _____

| | |
|--|--|
| | |
| | |

() ()

PÁGINA: _____

PRODUTO: _____

CARACTERÍSTICAS: _____

ANUNCIANTE: _____

SEGMENTO: _____

LOCALIZAÇÃO/TAMANHO: DESENHO