UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES

ISABELLA REGINA OLIVEIRA GOULART

A ILUSÃO DA IMAGEM: o sonho do estrelismo brasileiro em Hollywood

São Paulo
2013

ISABELLA REGINA OLIVEIRA GOULART

A ILUSÃO DA IMAGEM: o sonho do estrelismo brasileiro em Hollywood

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais, Linha de Pesquisa História, Teoria e Crítica, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Meios e Processos Audiovisuais, sob orientação do Prof. Dr. Eduardo Victorio Morettin

São Paulo
2013

FOLHA DE APROVAÇÃO

Isabella Regina Oliveira Goulart
A ILUSÃO DA IMAGEM: o sonho do estrelismo brasileiro em Hollywood

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais, Linha de Pesquisa História, Teoria e Crítica, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Meios e Processos Audiovisuais, sob orientação do Prof. Dr. Eduardo Victorio Morettin

Banca examinadora:

Prof. Dr. _____

Instituição:_____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____

Instituição:_____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____

Instituição:_____ Assinatura: _____

Aos meus pais, Maria Ângela e José

Às minhas avós, Sarah e Zita

Ao meu avô Adaltino

À minha madrinha Maria Elisa

Agradecimentos

Agradeço especialmente ao Prof. Dr. Eduardo Victorio Morettin, pela confiança depositada em mim e em minha pesquisa, pela orientação dedicada, sem a qual estes dois anos e meio de trabalho não teriam sido possíveis, pela paciência e presença constantes, pela avaliação criteriosa do texto desta dissertação e por todo o aprendizado que adquiri em nossa convivência.

À CAPES, pela concessão da bolsa de mestrado e pelo apoio financeiro para a realização desta pesquisa.

Aos meus pais, pelo apoio incondicional e pela paciência, e às minhas irmãs, Ana Letícia e Lorena, pelo incentivo, pela presença e pelos momentos de conforto.

Ao Professor José Carlos Monteiro, por ter me encorajado a seguir na vida acadêmica, pelas conversas iniciais sobre a pesquisa e pela ajuda na elaboração do projeto de mestrado, e ao Prof. Dr. Gilson Schwartz.

Ao Pedro Lapera e ao Alan Angeluci, pelos conselhos e comentários, e pela amizade. Aos colegas do PPGMPA Tainah Negreiros, Reinaldo Cardenuto, Laura Carvalho, Margarida Adamatti e Milena Szafir, pelas trocas de ideia e pelo apoio.

À Elisa Yumi e à Raissa Ludwig, pela convivência diária durante esses dois anos e meio, que tornaram minha caminhada mais leve. Aos que passaram pelo meu caminho no período deste mestrado, e a todos os amigos de São Paulo, do Rio de Janeiro, de Belo Horizonte e Nova Lima, que me ajudaram a seguir em frente, mesmo sem saber, em especial à Fernanda Dutra e à Carolina Brognaro. Ao Felipe Haurelhuk, pelo tempo que passamos juntos durante este percurso e pelo encorajamento constante.

Hollywood é um planeta diminuto, colocado a cem metros da Terra, ao oeste dos Estados Unidos, no Pacífico, que brilha como um fósforo e pensa que ilumina o mundo inteiro...

Olympio Guilherme, *Hollywood: novela da vida real*

RESUMO

A dissertação investiga o concurso de beleza fotogênica realizado pela Fox Film no Brasil em 1926-1927, com o fim de levar um casal de atores para Hollywood. A pesquisa tem como fonte jornais e revistas de grande circulação à época e documentos do Acervo Pedro Lima. Consideramos o contexto histórico-social, relações étnicas e de gênero, a incorporação de padrões de beleza ligados à modernidade e a constância de concursos femininos, bem como o estrelismo. Ponderamos a negociação entre nossa imprensa e o *star system* durante o concurso.

Palavras-chave: história do cinema brasileiro; concurso de beleza fotogênica; latinidade; estrelismo

ABSTRACT

This dissertation investigates the photogenic beauty contest held by Fox Film in Brazil in 1926-1927, in order to choose a couple to integrate the studio's casting in Hollywood. The research has as a source mass circulation newspapers and magazines at the time and Pedro Lima Collection documents. We consider the historical and social context, ethnic and gender relations, the incorporation of beauty standards linked to modernity and the constancy of women's beauty contests, as well as the stardom. We take into account the negotiation between Brazilian press and the star system during the contest.

Keywords: Brazilian film history; photogenic beauty contest; Latiness; stardom

SUMÁRIO

Introdução.....9

CAPÍTULO 1 - Um concurso no brasil: a Fox e a promessa do estrelismo em Hollywood.....22
1.1. A Fox Film em 1926-1927.....27
1.2. O concurso da Fox: a cobertura da imprensa nacional.....31
1.3. A questão do cinema no Brasil.....44

CAPÍTULO 2 - As bases do concurso da Fox: o estereótipo da latinidade e a incorporação de padrões de beleza.....56
2.1. A latinidade como síntese de identidades étnico-nacionais.....57
2.1.1. Latinidade e estrelas latinas: estigma e estereótipo.....59
2.1.2. A América WASP e a imagem da América Latina: relações de poder.....68
2.2. O discurso social sobre os corpos modernos.....71
2.2.1. A fina flor da formosura: historicizando padrões de beleza.....72
2.2.2. As rainhas da beleza: cultura física e educação estética através dos concursos femininos.....83

CAPÍTULO 3 - O fracasso do “estrelismo à brasileira”: o júri, os resultados do concurso da Fox, a ida a Hollywood.....98
3.1. O júri brasileiro: uma busca por legitimidade artística.....99
3.2. Os resultados do concurso na imprensa.....105
3.3. Lia Torá e Olympio Guilherme: as trajetórias em Hollywood.....115

Conclusão.....129

Bibliografia.....139

INTRODUÇÃO

Esta dissertação tem por objetivo investigar o "Concurso de Beleza Fotogênica Feminina e Varonil da Fox Film", realizado em nosso país entre 1926 e 1927, para escolher um casal de brasileiros que seria contratado pelo estúdio em Hollywood. Neste biênio, nossas revistas especializadas em cinema e alguns de nossos jornais deram espaço ao concurso da Fox, mas também a outros concursos de beleza, que serão mencionados aqui, como o do recém-criado Circuito Nacional de Exibidores para eleger a Rainha do Cinema Brasileiro. A empreitada da Fox esteve inserida num vasto projeto de expansão do estúdio e, ao contrário de constituir uma iniciativa isolada, fez parte de uma investida na América do Sul (versões do concurso também aconteceram naquele ano na Argentina e Chile; ainda, do outro lado do oceano, na Espanha e na Itália). Lia Torá e Olympio Guilherme foram os vencedores, entre tantas jovens moças e rapazes anônimos, e outros que já atuavam no cinema nacional, como Lelita Rosa, Luiz Sucupira, Georgette Ferret e Diogenes Nioac, que se inscreveram, seduzidos pelo sonho do estrelismo na "terra do cinema" e pelo desejo de projetar através dos filmes sua imagem e a do Brasil.

Investigamos o concurso da Fox a partir das publicações na imprensa. Nossa pesquisa historiográfica abrangeu as revistas *Cinearte*, *A Cena Muda*, *A Cigarra*, *Fon-Fon*, *O Malho*, *Para Todos* e *Selecta*, os jornais *Correio da Manhã*, *O Estado de São Paulo* e *Folha da Manhã*, além do Arquivo Pedro Lima da Cinemateca Brasileira, onde encontramos algumas cartas, recortes da imprensa e fichas de inscrição no concurso. Foram consultados acervos impressos e microfilmados de instituições como o Arquivo Público do Estado de São Paulo, o Museu Lasar Segall e a Cinemateca Brasileira, em São Paulo; a Fundação Biblioteca Nacional e a Funarte, no Rio de Janeiro. Foi também realizada consulta nos acervos online digitalizados pela equipe da Biblioteca Jenny Klabin Segall, disponíveis na página da Biblioteca Digital das Artes do Espetáculo (http://www.bjksdigital.museusegall.org.br/projeto.htm); do Arquivo Público do Estado de São Paulo (http://www.arquivoestado.sp.gov.br); da Biblioteca Nacional (http://bndigital.bn.br/); e do projeto *J. Carlos em revista* (http://www.jotacarlos.org/).

Os estudos de Cinema no Brasil privilegiam a análise estética de uma obra ou de um grupo de filmes de determinado cineasta ou período histórico. Há, todavia, algumas pesquisas aqui realizadas que abordaram a relação de nossas revistas de cinema com o *star system* hollywoodiano. Entre estes trabalhos que avaliaram o impacto do fenômeno do estrelismo em nossos periódicos, estão os de Paulo Emílio Salles Gomes, *Humberto Mauro, Cataguases,*

Cinearte, de 1974, que destaca a fotogenia, essencial ao estrelismo, como um elemento fundamental para o sucesso dos filmes e ao qual a revista *Cinearte* conferia grande importância já nos anos 1920; e de Ismail Xavier, *Sétima arte: um culto moderno*, de 1978, que assevera os apontamentos de Salles Gomes e atesta a transformação da fotogenia por *Cinearte* de atributo poético em conceito epidérmico de beleza, associado a luxo, higiene, juventude e boa aparência, elogiando a "lei dos tipos" de Hollywood. Ambas são obras essenciais para a discussão que desenvolvemos em nosso primeiro capítulo. A tese de Flora Bender, "*A Cena Muda*", de 1979, e as dissertações de Eliana Queiroz, "*Cena Muda* como fonte para a história do cinema", de 1981, e Margarida Adamatti, "A crítica cinematográfica e o *star system* nas revistas de fãs: *A Cena Muda* e *Cinelândia* (1952-1955)", de 2008, da Universidade de São Paulo, além da dissertação de Taís Campelo Lucas, "*Cinearte*: o cinema brasileiro em revista (1926-1942)", de 2006, da Universidade Federal Fluminense, constituem outras referências.

Ressalvada a pertinência e a grande contribuição destas pesquisas para o entendimento de que as imagens no cinema, assim como as das estrelas, são construídas em conjunto por uma indústria da mídia à qual os estúdios estiveram conectados e que, neste processo, as revistas de cinema foram de grande importância durante o século XX, o debate até hoje não incorporou de maneira efetiva a documentação proveniente dos jornais de circulação diária das grandes capitais do país. A cobertura ao cinema nesses jornais, no geral, tinha a programação diária das salas e pequenas críticas dos filmes (notadamente, os estrangeiros) em colunas dedicadas à sétima arte ou que, por vezes, combinavam-na a outros divertimentos (*Palcos e Salões* no *Jornal do Brasil*, *Palcos e Telas* no *Correio da Manhã*; o *Jornal do Comércio* tinha a coluna *Cinemas* e *O Estado de São Paulo*, a *Cinematographos*). Ela se distingue da cobertura das revistas semanais (ou quinzenais) e, mais ainda, das especializadas em matéria cinematográfica, que, a exemplo das *fan magazines* norte-americanas[1], traziam em seu corpo uma presença dominante de reportagens e entrevistas em torno das grandes estrelas, fartamente ilustradas. Neste sentido, realizamos aqui um trabalho original, ao abrirmos espaço às críticas de jornais do período, pouco conhecidas.

Consideramos que nossas revistas e jornais não foram meramente receptores/divulgadores do *star system* norte-americano, mas agentes com papel ativo no jogo discursivo proposto por Hollywood, influenciando os diversos segmentos do público brasileiro a incorporarem determinadas práticas e a desenvolverem uma visão a respeito do

[1] Margarida Adamatti (2008) lembra que *fan* é diminutivo de *fanatic*.

que seria considerado como padrões para realização de filmes. Além da política das estrelas, isto envolve outros fatores que atuam na comunicação entre filmes e público, tais como gêneros cinematográficos, tipos de histórias, de encenações, etc. Assim sendo, procuramos ponderar a promoção de um "estrelismo à brasileira" na cultura cinematográfica nacional, encorajado pela promessa de contratação de dois jovens patrícios feita pela Fox, mas também o que vem junto com isto, no âmbito de uma cultura de consumo mais ampla. Com a intensificação da produção de impressos e a comunicação imaterial possibilitada pelo cinema (nova mídia da primeira metade do século XX), a mediação cultural ganhou um contorno maior e o público foi alcançado por segmentos de cultura que almejavam a internacionalização. Nossos periódicos atuaram de maneira essencial para definir os nichos e o espaço dos produtos culturais que aqui chegavam e circulavam, tendo importante papel no desenvolvimento de ideias que estiveram presentes na imaginação popular e no estabelecimento de padrões estéticos.

Carmen Miranda entrou para a história como o exemplo por excelência da construção "americanizada" de uma imagem do Brasil e dos brasileiros, imersa numa elaborada estratégia comunicacional de Tio Sam para promover a cooperação interamericana e consolidar-se como a principal influência cultural no continente, frente à ameaça do Eixo. Se seu papel nas relações internacionais entre Brasil e Estados Unidos foi bastante discutido dentro e fora da Academia[2], propomo-nos a investigar o interesse ainda pouco debatido de Hollywood pelos brasileiros, vistos então por esta indústria como pertencentes a um grupo mais amplo de "latinos", num momento anterior ao estrelato da Pequena Notável. Eis aqui outro ponto de ineditismo da dissertação. A ocorrência do concurso de beleza fotogênica da Fox e da viagem de Lia Torá e Olympio Guilherme a Hollywood é conhecida pelos historiadores do cinema brasileiro, havendo menção a este episódio em algumas publicações, como em *Carmem* (2005), de Ruy Castro. Todavia, esta é a primeira vez em que uma pesquisa se debruça sobre a documentação do concurso, esclarecendo, dentro da historiografia do cinema nacional, as datas, os nomes, os personagens envolvidos, dedicando-se a compreender o discurso associado ao concurso.

Para abordarmos nosso objeto, foi necessário estabelecer algumas conexões com a época abordada. Nos anos vinte, a modernização da sociedade e a urbanização provocaram uma reorganização da esfera cultural, mas tiveram também implicações nas formas de

[2]A tese de Tânia da Costa Garcia, *O "it verde e amarelo" de Carmen Miranda (1930-1946)* (São Paulo: Annablume/Fapesp, 2004) e o livro *Carmen: uma biografia*, de Ruy Castro (São Paulo: Companhia das Letras, 2005) são dois exemplos recentes.

apresentação corporal. Embora a divisão do espaço público ainda fosse desigual e a presença masculina majoritária, houve uma transformação rápida em relação ao tradicional confinamento das mulheres (MALUF; MOTT, 1998). Progressivamente, elas ocupavam as ruas e os espaços públicos de sociabilidade, e ganhavam mais espaço no mercado de trabalho. Instalaram-se novos hábitos e, com eles, um novo padrão de beleza ligado ao consumo. As revistas femininas anunciavam salões de beleza, para a elite, mas também para as mulheres da classe média, roupas de magazines, cosméticos. O ideal de beleza se associava à juventude, à higiene e ao cuidado com a saúde (já apareciam nas revistas femininas anúncios de produtos para emagrecimento).

Configurava-se o modelo de apresentação corporal da nova mulher, que transpunha a soleira da porta e se preparava para ser vista em público, exigindo-lhe que dedicasse algum tempo à sua beleza, ao trabalho de preparação do corpo feminino. Para os homens, a cultura física demandava corpos atléticos, talhados pela prática de esportes. Emergiu uma cultura da beleza que cedeu o lugar do espiritual e moral à percepção física, com códigos e critérios definidores que foram incorporados. Os concursos femininos de beleza, que se generalizaram nos anos 1920, ajudaram na implantação de um modelo dominante, próximo à imagem das estrelas hollywoodianas.

Já pontuamos que a imprensa foi indispensável para que a sociedade do século XX tomasse a mitologia e os preceitos culturais de Hollywood como parte de seu discurso cotidiano. Como evidenciam os comentários que perpetraremos ao longo dos capítulos acerca das fontes, relacionados à mística do *star system*, nosso trabalho se insere no campo de estudos do estrelismo. Margarida Adamatti apresenta em sua dissertação uma síntese da divisão feita por Jeremy Butler (1998) dos estudos neste campo. A primeira abordagem enfoca a produção da estrela, por estruturas econômicas e discursivas, a exemplo de diversos trabalhos de historiadores de filmes sobre a história e a evolução do *star system*, com destaque para os de Richard de Cordova e Janet Staiger. A segunda envolve a recepção da estrela (estruturas sociais, a teoria do sujeito e o caso do feminismo); com ela, a imagem da estrela ganha uma presença social e seus modos de associação são vistos como parte do significado do sistema da sociedade de uma época. A estrela confortaria o espectador, oferecendo soluções fantasiosas para os problemas de uma sociedade com contradições, que não pode resolvê-los. Aqui, há ainda os estudos de Laura Mulvey sobre a imagem da mulher na sociedade pela ótica psicanalista, que explica a relação do espectador com a estrela a partir de aspectos do prazer na imagem. A terceira vertente, centrada no trabalho de Richard Dyer, é a

da semiótica da estrela (intertextualidade e estruturas polissêmicas) e aborda as estruturas discursivas que constroem significados com os quais a imagem da estrela é contextualizada, incluindo a cobertura da mídia. Entre os estudos de estrelismo, é imperativo mencionar ainda o trabalho do sociólogo Edgar Morin, pioneiro (*As estrelas* foi publicado originalmente em 1957 e traduzido para o português em 1989), que oferece uma divisão do *star system* em fases.

Leo Rosten, um investigador do mundo hollywoodiano contemporâneo a ele, delineou em sua obra características do fenômeno do estrelismo e dela podemos extrair algumas considerações para uma abordagem epistemológica da sedução despertada por Hollywood ao redor do mundo. Conforme observou:

> É difícil ver como um segmento substancial da população americana pode não ter esperanças, ainda que fragilmente, de estar entre os abençoados cuja mão mágica de Hollywood puxa da obscuridade. [...] Seus talentos [de uma imaginária pessoa comum] podem ser sombrios, suas feições comuns, sua inteligência insípida. Ainda assim, quão plausível é para ela considerar, "pode acontecer comigo". [...] Ela sabe quão facilmente os especialistas em maquiagem escondem as sardas de Joan Crawford ou Myrna Loy. [...] Ela sabe que Norma Shearer é estrábica. [...] Ela leu sobre como as palavras começadas com "r" são retiradas dos roteiros de Kay Francis. [Ela] é baixa? Eles podem fotografá-la sobre um caixote. Ela é gorda? Eles a colocam numa dieta. Ela é magra? Eles a engordam. [Ela] sabe atuar? Bem! Hedy Lamarr sabe? Eles a ensinarão. [...] Diretores, roteiristas e produtores brilhantes se dedicarão solenemente à exploração de seus talentos ocultos. (ROSTEN apud BASINGER, 2007, p. 21)

Rosten se refere ao final dos anos 1930 e anos 1940. Assim como ele, grande parte da bibliografia sobre o estrelismo enfoca o cinema clássico hollywoodiano, abordando o fenômeno a partir da década de trinta, motivo pelo qual optamos por deslocar o assunto para esta introdução, já que nos debruçamos nos três capítulos seguintes sobre a década de 1920, ainda era do cinema silencioso. Contudo, como pontua Jeanine Basinger (2007), o processo de manufatura das estrelas descrito no trecho acima não foi subitamente inventado, ele evoluiu. As estrelas surgiram em consequência do próprio nascimento dos filmes. Quando os frequentadores de cinema perceberam que gostavam especialmente de certo ator e os donos do negócio "descobriram a descoberta do público" (BASINGER, *op. cit.*, p. 18), o sistema institucionalizou um conjunto de circunstâncias que tiveram início no período silencioso.

Nos primeiros anos, o público se satisfazia com a novidade de assistir imagens em movimento e os atores não tinham seus nomes divulgados. "Na verdade, não havia um consenso de que atores de cinema realmente atuassem; mais propriamente, eles pareciam apenas posar" (ADDISON, 2002, p. 16). Entre 1905 e 1910, enquanto a indústria de filmes passava de curtas-metragens com vistas documentais para uma maior produção de filmes de ficção, as revistas e jornais adotaram um modelo teatral para a atuação nos filmes (*idem*, *ibidem*). Segundo Basinger, por volta de 1910, o público começava a manifestar seu interesse por determinados intérpretes. De acordo com ela, entre 1913 e 1919 nasceu o *star system*[3], juntamente com o entendimento por parte da indústria de que seus produtos seriam vendidos também através das estrelas. Igualmente, a indústria descobriu que o público correspondia aos atores num filme como se eles fossem o personagem que estavam interpretando e que eles viam "um estranho amálgama da pessoa real, do personagem que ela interpretava e da interação entre os dois" (BASINGER, *op. cit.*, p. 18).

Para Richard de Cordova (1990), o discurso adotado pelas revistas e jornais na primeira década do século XX auxiliou o senso de que os intérpretes de fato atuavam nos filmes, além de instigar o desejo do público em ver pessoas identificáveis atuando na tela[4]. Assim, por volta de 1913:

> Um sistema de enunciação foi colocado em prática que retratava o ator como sujeito. Isto institucionalizou um modo de recepção no qual o espectador considerava o ator como a fonte primária do efeito estético. É a identidade do ator como sujeito que seria elaborada enquanto o *star system* se desenvolvia (DE CORDOVA, 1990, p. 46).

Os estúdios examinaram este "estranho amálgama" e buscaram maneiras de vislumbrá-lo através da escolha do elenco, do roteiro e da atuação. Para os empresários da indústria cinematográfica, não havia por que deixar a criação de estrelas ao acaso; um processo poderia ser desenvolvido para encontrar estrelas em potencial, modelá-las, vendê-las e mantê-las (BASINGER, *op. cit.*). Elas matizavam tudo ao seu redor dentro do frame de um filme, definiam o sentido da história, atraiam os espectadores para o cinema, vendiam produtos fora da tela e tinham filmes planejados especialmente para elas, que podiam ser feitos rapidamente e de forma barata (os *star vehicles*). Eram, afinal, a mercadoria mais valiosa no sistema econômico de Hollywood (*idem*, *ibidem*).

---

[3] Richard de Cordova (1990) situa o estabelecimento do *star system* entre 1913 e 1914.

[4] As primeiras *fan magazines* começaram a ser publicadas por volta de 1911, quando apareciam as primeiras estrelas da tela.

Basinger acrescenta que os estúdios compreenderam que o estrelismo estava ligado a algo imprevisível e que se trataria sempre de uma parte desconhecida e abstrata do processo de criar estrelas, situado numa linha tênue entre os planos de negócio objetivos – que, como "uma General Motors da mercadoria estrela de cinema" (*idem*, *ibidem*, p. 73), modelavam uma variedade de tipos de estrelas – e a resposta subjetiva do público. Assim, não havia uma fórmula, mas havia um processo. Nisto consistia o estrelismo:

> Hollywood, com seu *studio system* à moda de uma fábrica, festivamente ganhou a vida manufaturando um produto que não podia definir, confiante de que alguém lá fora ("o povo") faria isso por ela – e lhe pagaria pelo privilégio. Eles se ocupavam procurando por uma Judy Garland para colocar na tela, de forma que o público pudesse encontrá-la e dizer "Ela tem aquela coisa que não se pode definir, mas nós podemos reconhecer quando vemos porque é aquela coisa extra". Eles procurariam atores e atrizes que pudessem projetar o misterioso "fator x" do estrelismo. [...] eles fizeram dar certo porque, o que quer que fosse, o fator x *era* visível (BASINGER, 2007, pp. 8-9)

Ao tomarem o controle do processo de fabricar estrelas, os estúdios reduziram o fenômeno à sua essência, vendendo a convicção, num discurso afinado ao *American way of life*, de que qualquer um, adulto, criança ou animal, poderia ser uma estrela, desde que manejado corretamente. Noutras palavras, isso significava terem suas imagens criadas pelos gênios do marketing de Hollywood[5]. A evolução final deste processo coincidiu com o desenvolvimento do cinema falado. O fenômeno do estrelismo sofreria uma transformação na virada para os anos trinta, com o advento do sonoro. Segundo Basinger, esta formalização do fenômeno marca um ponto de ruptura entre as estrelas do cinema silencioso e as do sonoro, submetidas a uma manufatura mais intricada. O filme falado e a realidade de uma época de crise determinaram um novo tipo de estrela, capaz de reduzir a aura mística do silencioso e de incorporar outros modos de existir do artista através do uso da voz – a campanha publicitária para o primeiro filme falado de Greta Garbo declarava: *"Garbo Talks!"*; "*all talking picture*", "*her first talking picture*".

[5] Basinger assinala que o estrelismo era uma via de mão dupla, refletindo a performance tanto quanto a realidade física e emocional. Segundo Dyer (1987), a percepção por parte das estrelas de que elas haviam sido usadas e transformadas em algo que não controlavam é particularmente crítica, porque a mercadoria que elas produziram foi moldada em e a partir de seus corpos e psicologias.

Cartaz de *Anna Christie* (Clarence Brown, 1930), o primeiro filme falado de Greta Garbo.
Fonte: http://nopoboho.blogspot.com.br/2011/08/garbo-talks.html

Alexander Walker (1974) fala de uma "perda de ilusão" (p. 223), que seria um dos primeiros efeitos do cinema falado sobre o público, corroborando a definição do crítico e historiador de filmes Richard Schickel segundo a qual o "silêncio" seria o atributo mais valioso para as estrelas que precederam o sonoro. Segundo Schickel: "Uma divindade deve ser inescrutável. Não se espera que ela fale diretamente a nós. É suficiente que sua imagem esteja presente de modo que possamos convenientemente venerá-la" (SCHICKEL apud WALKER, p. 223). Walker acrescenta que os ídolos silenciosos perderam divindade com o aparecimento dos diálogos: "Eles deixaram de ser imagens na forma humana personificando as emoções através da delicadamente qualificada arte da pantomima. Suas vozes os fizeram tão reais quanto o público que os assistia" (p. 223).

O uso da voz realçava o naturalismo do meio e, como observa Richard Dyer (1998), de heróis e modelos que, nos primeiros tempos, corporificavam modos "ideais" de comportamento, as estrelas tornaram-se figuras de identificação, incorporando modos "típicos" de comportamento, "pessoas como você e eu" (DYER, 1998, p. 22). O autor se refere aqui aos tipos específicos de cada estrela, na medida em que elas eram deixadas prontas para encarnar sempre um mesmo papel[6]. Estes tipos não eram puros, mas representavam uma

[6] Por exemplo, no cinema silencioso, tínhamos a "*sweet young girl*", a moça ingênua que era o tipo de May McAvoy, ou a "flapper", provocante e sedutora, tipo de Marie Prevost (ela foi capa do primeiro número da

média do público e padrões de comportamento social, sendo interpretados pelas estrelas em suas formas primárias – os filmes – e nas dimensões extratextuais de entrevistas e publicações na imprensa, anúncios comerciais e aparições públicas[7].

Como nota Heather Addison (2002), as estrelas de cinema são as figuras públicas mais de perto associadas à Hollywood e são aqueles atores na tela cujo nome sozinho é suficiente para atrair o público para um filme (os gêneros cinematográficos eram importantes para o sistema, mas os filmes eram vendidos, sobretudo, através das grandes estrelas). Assim como Dyer, ela ressalta que cada estrela possui uma qualidade única ou conjunto de qualidades – uma "persona", pela qual o público está disposto a pagar e que existe à parte de qualquer filme em particular e, de fato, é influenciada por todas as forças que trabalham para construir a imagem de uma estrela (a indústria da mídia, como já assinalamos). Esclarecendo que o *star system* não é sinônimo do *studio system* que emergiu na década de 1920, quando a indústria cinematográfica se tornou verticalmente integrada, ela enxerga o estrelismo como "mais uma orientação ou abordagem do que um sistema específico de produção, distribuição e exibição" (p. 17, reforçamos que Addison considera o fenômeno, que associa à incorporação de uma cultura física, no contexto dos anos vinte). A política das estrelas assumia que essas eram a moeda da indústria e a principal essência dos filmes (*idem*, *ibidem*).

De Cordova reforça que o *star system* depende de um fluxo maciço de informações que revelem os segredos por trás das estrelas, orientando a atenção do espectador. Todavia, ele assinala que esta orientação não é essencialmente visual: "o *star system* nos conduz em direção àquilo que está por trás ou além da imagem, escondido da vista". Assim, o discurso sobre as estrelas essencialmente provoca o interesse do público para o que está fora de seu campo de conhecimento:

> O espectador paga para experienciar a identidade de uma estrela. Porque nossa cultura equivale a identidade ao privado, o espectador busca informação sobre a vida privada de uma estrela para saber a verdade sobre a identidade da estrela (ADDISON, 2002, p. 16)

---

revista Flapper, em 1922). Pontuamos, todavia, que nos anos vinte se fala de um papel comum de certos atores, de um conjunto de atuações, numa construção discursiva que sugeria uma transferência da personagem para o ator. As imagens das estrelas que encontramos em nossas revistas de cinema durante o período silencioso são marmóreas, etéreas. Dyer trata do momento posterior, de formalização do fenômeno do estrelismo ao longo do cinema clássico, em que ele se torna mais complexo, com a humanização das estrelas.

[7] P. D. Marshall (2010) enxerga as estrelas como "produções do eu" dependentes de uma cultura midiática poderosa e extremamente elaborada.

As atividades mais cotidianas e privadas das estrelas se tornam objeto de olhar, uma vez que elas estão sob observação constante. A fofoca veiculada pela imprensa funcionou como uma exposição de suas personalidades, ao ultrapassar suas personas na tela, e as fortaleceu como imagens públicas reconhecíveis, que, revelando parte de suas experiências privadas, intensificavam a conexão afetiva com o público (MARSHALL, 2010). Segundo Richard Dyer (1987), estrelas são um caso de aparência, pois, embora toda a construção da mídia nos encoraje a pensar em termos de "realmente" (como elas são de verdade, qual biografia ou boato, que momento em qual filme as revelou como realmente são), tudo o que sabemos sobre as estrelas é o que vemos e ouvimos a seu respeito. Para ele, talvez não seja sequer possível ter algum senso delas independentemente daquilo que foram criadas para significar. Ademais, as estrelas são uma das formas mais significativas que temos para dar sentido à forma complexa como produzimos e reproduzimos o mundo em sociedades tecnicamente desenvolvidas, que inclui a maneira na qual nos dividimos em pessoas públicas e privadas, produzindo e consumindo pessoas e assim por diante, e as formas pelas quais enfrentamos e negociamos com tais divisões. Como ele indica:

> Nós todos sabemos como os estúdios constroem as imagens das estrelas, quantas das histórias publicadas sobre estrelas são ficções; nós todos sabemos que estão nos vendendo estrelas. E, ainda assim, [...] aquelas características de sinceridade e autenticidade, aquelas imagens do privado e do natural podem funcionar para a gente. [...] Nós somos fascinados por estrelas porque elas endossam maneiras de dar sentido à experiência de ser uma pessoa num tipo particular de produção social (capitalismo), com sua particular organização da vida em esferas públicas e privadas. (DYER, 1987, pp. 15-16-17)

Janet Staiger (1991), enxergando as estrelas como imagens femininas consumíveis, dentro da abordagem feminista e psicanalítica do estrelismo, fala de um movimento partindo do espectador para a estrela, na tentativa de preencher a lacuna entre um e outro. Tal diferença provoca para o espectador a possibilidade de deixar seu mundo temporariamente e se tornar parte do mundo da estrela, e esta fluidez provoca o prazer do cinema. Staiger alude a formas de identificação que se situam fora do contexto cinemático. Assim, a relação entre a indústria cinematográfica, suas estrelas e outras formas de indústria capitalista é colocada em foco pela aquisição de itens relacionados às estrelas, como roupas e cosméticos.

Em grande parte, as estrelas personificaram o poder transformador do consumo e pautaram a participação da sociedade nessa cultura mais ampla, que ao longo do século XX esteve interligada à cultura do entretenimento e ao estrelismo (MARSHALL, *op. cit.*). Ao

longo de um histórico processo comunicacional, Hollywood inseriu o público num sistema de negociação. As estrelas representaram um papel essencial neste jogo de identificação, evasão e idealização em que a indústria colocou os espectadores, ajudando a ampliar a base de comunicação entre os filmes e o público e, por conseguinte, a incrementar as fontes de lucro e afirmar a expansão hollywoodiana num plano mundial.

Entre os deuses que reinaram no período silencioso, Rodolpho Valentino foi um dos maiores e a expressão máxima do fenômeno do *Latin lover*. Sua morte prematura, aos 31 anos, em 23 de agosto de 1926, dia seguinte ao do início das inscrições para o concurso da Fox, manteve o interesse no tipo e despertou o anseio por sucessores do galã desaparecido. De acordo com Miriam Hansen (1991):

> Enquanto Hollywood manufaturou a lenda de Valentino, promovendo a fusão de vida real e persona na tela que faz uma estrela, as admiradoras de Valentino em efeito se tornaram parte da lenda. Nunca antes foi o discurso sobre o comportamento das fãs tão fortemente marcado pelos termos da diferença sexual e nunca novamente a espectatorialidade foi tão explicitamente ligada ao discurso sobre o desejo feminino. (HANSEN, 1991, p. 259)

Ele atuou em quatorze filmes entre 1921 e 1926. Hansen atesta que as biografias de Valentino raramente concordam sobre os fatos de sua vida, estereotipando seu sucesso e destruição pessoal como resultantes da vigente crise dos valores culturais e sociais norte-americanos. As contradições que haviam estourado com a Primeira Guerra Mundial – que incluíram a mudança drástica das relações de gênero, a integração massiva das mulheres à força de trabalho e sua emergência como um alvo primário na mudança para uma economia de consumo, a falência parcial de divisões específicas de gênero de trabalho e uma desordem da delimitação tradicional de público e privado, a necessidade de redefinir noções de feminilidade em outros termos que não a domesticidade e a maternidade, a imagem da nova mulher e a liberalização do comportamento sexual e dos estilos de vida, a emergência da união de fato – refletiam-se no corpo de Valentino (*idem, ibidem*).

Segundo Hansen, os filmes protagonizados por ele se distinguem por focarem o prazer do espectador na imagem do herói[8]. Se, à primeira vista, seus filmes parecem perpetuar "a coreografia clássica do olhar quase ao ponto da paródia" (*idem, ibidem*, p. 261), o apelo de

[8] A autora parte das teorias feministas de cinema, em particular do argumento de Laura Mulvey, desenvolvido em seu célebre texto "Prazer visual e cinema narrativo" (1975), onde Mulvey situa o homem como agente do olhar e a imagem da mulher como objeto do espetáculo e da narrativa, associando o prazer espectatorial a um desequilíbrio entre os sexos.

Valentino depende, em grande medida, da forma como ele combina um controle do olhar que é masculino com a qualidade feminina de ser olhado. Hansen defende que é neste hiato que Valentino merece ser percebido, como um significativo, embora ainda precário momento na mudança do discurso sobre feminilidade e sexualidade, desestabilizando-o com conotações de ambiguidade sexual, marginalidade social e alteridade étnico-racial. Em 1926, ele já não era o mais popular dos amantes latinos de Hollywood, frente ao sucesso de Ramon Novarro ou Ricardo Cortez. Não obstante, Valentino foi o grande *Latin lover* do cinema mudo. No contexto do interesse no tipo que havia em Hollywood durante o período silencioso, tratamos o concurso da Fox também como uma busca por artistas (homens e mulheres) que pudessem projetar a virilidade, a sensualidade e a sentimentalidade associadas aos latinos no cinema hollywoodiano.

Optamos por realizar a discussão teórica sobre o estrelismo nesta Introdução, deixando os capítulos para a exploração de nosso objeto. No primeiro, descreveremos o contexto da Fox Film em 1926-1927. Este biênio foi determinante para o estúdio, com um projeto de expansão que envolveu a aquisição de salas de cinema de primeira linha, dos direitos do processo de sonorização de filmes Movietone e o reforço do quadro de diretores (entre eles, nomes como F. W. Murnau e um Howard Hawks em início de carreira). Neste contexto, situamos o concurso de beleza fotogênica como uma estratégia de promoção da Fox no Brasil, baseada no discurso do estrelismo, tratado acima, de que pessoas comuns poderiam ascender socialmente ao posto de estrelas – desde que fossem "fotogênicas", segundo a definição de Xavier (1978), como uma apologia ao apelo sexual e a um conceito epidérmico de beleza. Pontuaremos a cobertura de jornais e revistas brasileiros a esta iniciativa, reforçando as publicações como estruturas discursivas afinadas ao *star system*. Finalmente, ofereceremos um panorama da cinematografia brasileira à época, destacando o desejo de cronistas como Adhemar Gonzaga e Guilherme de Almeida de que aqui se desenvolvesse uma indústria de filmes, cujo modelo era Hollywood, e que, para *Cinearte*, ganharia força se criadas estrelas para o cinema nacional.

No segundo capítulo da dissertação, discutiremos uma imagem de "latinidade", vista como um estereótipo elaborado pela indústria hollywoodiana para aumentar a base de comunicação com o mercado interno (lembramos que os Estados Unidos abrigavam uma quantidade expressiva de imigrantes) e os mercados externos, e que sintetizava num mesmo grupo "latino" uma pluraridade de etnias e nacionalidades, do qual os brasileiros faziam parte. As estrelas latinas no cinema norte-americano, a exemplo de Valentino, eram então

celebradas como ideais de beleza e físico, tendo sua latinidade enfatizada, e enxergamos o concurso da Fox também como uma busca por atores latinos. Ademais, estabeleceremos uma ligação entre o cinema e a cultura física nos anos 1920, historicizando a incorporação de modelos de beleza influenciados pelo *star system*, e apresentaremos outros concursos de beleza mencionados pela imprensa brasileira em 1926. Nos Estados Unidos, esses concursos, que se popularizavam mundo afora, ajudavam a abrir as portas de Hollywood às suas vencedoras; no Brasil, dois deles (o do Circuito Nacional de Exibidores e o da Rainha dos Empregados do Comércio) renderam atrizes para filmagens nacionais.

No terceiro capítulo, por fim, discutiremos a composição do júri brasileiro do concurso da Fox, formado por nomes ligados às artes e às letras, destacando nele a presença de uma mulher: a escritora Rosalina Coelho Lisboa, mencionada em dois dos concursos de beleza que abordaremos no capítulo anterior (o da Rainha dos Estudantes e o do Circuito Nacional de Exibidores). Analisaremos os resultados do concurso da Fox a partir das publicações na imprensa, que enxergou na vitória de Lia Torá e Olympio Guilherme uma oportunidade de projetar a boa imagem do Brasil no exterior. Por último, comentaremos brevemente as experiências do casal de brasileiros em Hollywood, que não confirmaram a promessa do "estrelismo à brasileira" depositada neles por nossos periódicos.

CAPÍTULO 1

UM CONCURSO NO BRASIL: A FOX E A PROMESSA DO ESTRELISMO EM HOLLYWOOD

No prefácio de *Orfeu extático na metrópole* (1992), de Nicolau Sevcenko, Maria Odila Leite da Silva Dias lembra que o escritor norte-americano Scott Fitzgerald batizou a década de vinte como "a era do jazz". Segundo Antonio Pedro Tota (2000), estes foram os *splendid drunken years* nos Estados Unidos, da religião da produção e do consumo dos sacerdotes Henry Ford e Frederick W. Taylor, a fábrica transformando-se num templo, calcado no lucro, no trabalho e no individualismo puritano, com o culto à prosperidade material do entreguerras; o mercado de produção em massa para consumidores dispostos a comprar todas as bugigangas que se produzissem; o empreendedorismo produtivista se opondo ao provincianismo dos moralistas, que condenavam o álcool, o tabaco, o sexo e a música, associando-os aos imigrantes, judeus e negros (a *Prohibition*, ou Lei Seca, foi instituída em 1919); as flappers, cuja imagem representava o convite ao prazer para uma América tradicional, e os apelos sexualizados da publicidade das grandes empresas e do cinema mudo, que "mostrava as curvas da *It Girl* Clara Bow; ou o *símbolo sexual masculino* da época, Rodolfo Valentino" (*idem*, *ibidem*, p. 33).

Segundo Heather Addison (2002), as imagens de Valentino e Clara Bow, assim como as de outras estrelas do período (Joan Crawford, Gloria Swanson, Greta Garbo, Douglas Fairbanks, Ramon Novarro), evidenciavam as afinidades entre o estrelismo e a cultura física naqueles anos 1920. Bow, a "*ultra-flapper*", como foi chamada por Glenn Chaffin em 1925 na *Photoplay* (uma das mais proeminentes *fan magazines* norte-americanas à época), modelo da jovem ativa e abertamente sexual, iniciou sua carreira no cinema após vencer um concurso de beleza e, em 1927, tornou-se conhecida como a *It Girl*, ao protagonizar o filme *It* (Clarence G. Badger). O "*it*" referia-se ao sex appeal da personagem, uma vendedora que deseja o dono da loja de departamento onde trabalha (papel de Antonio Moreno, um dos atores de origem latina de maior sucesso à época) e vai ao seu encalço. O caso de Clara Bow exemplifica como os concursos de beleza eram então mecanismos de entrada em Hollywood. Sergio Silva, diretor da revista *Selecta*, observou em 1926 que estes concursos, em geral, não eram feitos pelos estúdios, mas que as vencedoras se valiam do prêmio como um cartão de apresentação para que as portas daqueles se abrissem a elas.

Enquanto os anos dez viram a indústria cinematográfica progressivamente preterir os curtas-metragens e as vistas documentais (ou "naturais"), passando a uma maior produção de filmes de ficção e longas-metragens, eles assistiram também ao nascimento do fenômeno do estrelismo. A indústria cinematográfica já havia percebido, desde aquela década, a atração do público por alguns atores e estava consciente do poder de uma estrela de cinema. Ismail Xavier (1978) alude ao domínio absoluto do cinema (e, em particular, do norte-americano) em escala internacional nos anos vinte, quando o *star system* atingiu sua configuração clássica. A cobertura ao cinema neste período em grandes jornais (em 1926, o *Correio da Manhã* havia incorporado, além da programação das salas, que aparecia noutros jornais, informações sobre a indústria, os processos de fazer filmes e notícias sobre a vida das estrelas da tela[9]; *O Estado de São Paulo* veiculava críticas do modernista Guilherme de Almeida sobre matéria cinematográfica), e a proliferação de revistas especializadas na mitologia do *star system* são evidências de que o cinema, "fascinante milagre moderno" (SARLO, 1997), havia se ajustado poderosamente como forma da sensibilidade estética de um público amplo.

Xavier observa que, com o desenvolvimento da indústria cinematográfica e da relação entre produtores e consumidores, um papel cada vez maior passou a ser exercido pelas publicações dedicadas a notícias sobre a produção dos filmes e sobre as estrelas. Elas tiveram uma participação indispensável na indústria do estrelismo, alimentando e reforçando o interesse dos fãs pela vida pessoal dos artistas. Assim como nos Estados Unidos, as primeiras revistas voltadas ao cinema surgiram no Brasil nos anos dez, com a sedentarização das salas de exibição, que começou a acontecer nas principais cidades brasileiras a partir de 1908. Todavia, grande parte destes periódicos não se dedicava exclusivamente ao cinema, tratando igualmente do teatro. Em 1913, surgiu *O Cinema*; em 1917, *Theatro e Film*e e, no ano seguinte, *A Fita* e *Palcos e Telas*.

Segundo Xavier, o crescimento do mercado e o grau de organização dos negócios cinematográficos no Brasil na década de 1920 atingiram um estágio favorável ao acréscimo

[9] A cobertura ao cinema no jornal carioca neste período estava concentrada na seção diária *Telas & Palcos*, em que pequenas notas comentando a programação dos cinemas locais e acontecimentos do mundo cinematográfico dividiam espaço com as produções teatrais (embora anúncios e pôsteres dos filmes, notadamente os de Hollywood, aparecessem ao longo de todo o jornal). Aos domingos, era publicada a seção *No Mundo da Tela*, com reportagens mais extensas sobre as estrelas de Hollywood e da Europa, fotografias dos artistas, fofocas sobre suas vidas privadas, biografias, textos cujo conteúdo procurava oferecer uma exposição de suas personalidades fora da tela, além de "notícias da Cinelândia" e a programação das salas de exibição. Entre os jornais mapeados durante nossa pesquisa, o *Correio da Manhã* era o que dedicava mais espaço ao cinema, tornando possível avaliar sua aproximação a um sistema de colonização cinematográfica que conferia papel fundamental às estrelas como fatores para o sucesso e a qualidade dos filmes.

de revistas, que permitiram a criação de um certo número delas dedicadas exclusivamente ao cinema. Em 1921, foi lançada *A Scena Muda* (cuja grafia foi mais tarde alterada para *A Cena Muda*). Na primeira metade da década, afirmou-se a ideia de uma crítica de cinema especializada em revistas como *A Tela* e *Artes e Artistas* (1920), e *Foto-Film* (1922). A partir de 1922, a *Selecta*, vinculada à empresa Fon Fon e Selecta S.A., que a princípio não cobria o cinema, passou a abordá-lo. No ano seguinte, o assunto já ocupava boa parte da publicação e, em 1924, o jornalista Pedro Lima voltou-se a uma cobertura do cinema nacional nessa revista. A *Cinearte*, editada por Adhemar Gonzaga e Mário Behring, surgiu em março de 1926, a partir da ideia de fazer da seção sobre cinema da *Para Todos* (revista de propriedade da Sociedade Anônima O Malho e que dedicava quase metade de suas páginas àquele tema) um periódico independente[10]. Para Hollywood, publicações nacionais especializadas em cinema do tipo das norte-americanas, como a *Photoplay*, eram de grande utilidade para alimentar o sistema localmente.

Richard Dyer (1998) desenvolve a ideia de que as estrelas são amadas porque representam como as pessoas comuns imaginam ser a experiência do estrelismo ou como seria bom experimentá-la. Neste sentido, em 1926, a Fox Film, por intermédio de sua agência geral no Rio de Janeiro, dirigida por Alberto Rosenvald, lançou no Brasil o Concurso de Beleza Fotogênica Feminina e Varonil "para a escolha de um cavalheiro e de uma senhora com qualidades pessoais e artísticas para entrar nos estúdios americanos de William Fox"[11]. Como estratégia para aumentar sua popularidade no país, o estúdio oferecia aos brasileiros a promessa do estrelismo. Noutras palavras, ele recorria à mística do *star system*, personificado nos deuses e deusas do cinema mudo hollywoodiano.

Maria Rita Galvão (1975) observa que o cinema estrangeiro de estúdio se tornava cada vez mais crítico, mais refinado e sutil[12], ainda que por vezes transmitisse valores superados após a Primeira Guerra Mundial. Segundo Robert Sklar (1975), grande parte dos filmes

---

[10] Acrescentamos a esta listagem de revistas a criação, em 1928, de *O Fan*, publicado pelo grupo cineclubista Chaplin Club, com a proposta de difundir e discutir estética e linguagem cinematográfica. Em relação à *Cinearte*, Ismail Xavier (*op. cit.*) avalia que sua inserção num esquema de indústria cultural sediado em Hollywood lhe conferia uma incidência social e uma influência ideológica que o Chaplin Club não era capaz de alcançar no meio cinematográfico.

[11] A Fox-Film abre um grande concurso no Rio. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 7, 7 abr 1926.

[12] Exemplo disto são filmes como *The Cheat* (1915), de Cecil B. DeMille, com grande apelo sexual, que fez do ator japonês Sessue Hayakawa uma estrela do cinema silencioso, no papel de um comerciante que marcava a pele de sua amante caucasiana (Fannie Ward) com um símbolo oriental, significando que ela era sua propriedade. Podemos também citar os filmes de Erich Von Stroheim: sua trilogia sobre adultério, com *Maridos Cegos* (*Blind Husbandas*, 1919), *The Devil´s Passakey* (1920) e *Esposas Ingênuas* (*Foolish Wives*, 1922), ou *Ouro e Maldição* (Greed, 1924), sua obra mais extraordinária, baseada no romance naturalista de Frank Norris, *McTeague*, sobre a cobiça que acaba por arruinar as vidas dos três personagens principais.

mudos de Hollywood se encaixava em "categorias bem definidas de assunto e tratamento" (*idem*, *ibidem*, p. 110)[13], geralmente centrados em homens e mulheres da classe média superior e da elite: "pessoas que viviam em grandes casas espaçosas, tinham criados, possuíam automóveis e ganhavam dinheiro em negócios, nas finanças ou exercendo uma profissão liberal" (*idem*, *ibidem*). Embora isto ocorresse antes e depois da Guerra, com a crise da ordem moral tradicional da classe média (que, como enfatiza Sklar, esforçava-se na defesa dos valores das cidades pequenas numa sociedade cada vez mais urbana, industrial e etnicamente heterogênea), o cinema desempenhou um papel central na reorientação dos valores tradicionais, tornando-se uma fonte de morais diversas daquelas da cultura mais antiga da classe média[14].

Galvão ressalta que esses filmes refletiam novos conceitos sobre a moral, os indivíduos e a sociedade, numa conotação de modernidade e mundanismo que o cinema brasileiro não era capaz de corresponder. Neste capítulo, comentaremos a cobertura de nossos jornais e revistas ao concurso da Fox, contextualizaremos um projeto de expansão do estúdio em 1926-1927, apresentaremos um panorama do nosso cinema à época e avaliaremos em que medida nossas publicações corroboravam a política do estrelismo e viam em Hollywood, representante da civilidade e do progresso da América, o modelo a ser imitado pelo cinema nacional.

[13] A história de crime, a de faroeste, a de costumes históricos, o melodrama doméstico, o romance de amor, os filmes sobre a vida contemporânea.

[14] Propomos uma discussão mais aprofundada acerca das mudanças sociais e da reorientação de valores na década de vinte no Capítulo 2.

Capa de *Cinearte*, v.5, n.211, de 12 de março de 1930, com Lia Torá

1.1.A FOX FILM EM 1926-1927

Thomas Schatz (1991) descreve o protótipo do magnata do cinema norte-americano como "aquela rara espécie da primeira e da segunda gerações de imigrantes, formada majoritariamente por judeus do Leste europeu e que forneceram os pioneiros da indústria cinematográfica" (p. 29). Assim como Marcus Loew[15], Carl Laemmle[16], Adolph Zuckor[17] e os irmãos Warner[18], William Fox era de origem judaica (havendo imigrado da Hungria para os Estados Unidos recém-nascido) e também começou na primeira década do século XX como exibidor local, ao adquirir um nickelodeon (salas onde o público pagava um níquel para assistir a filmes e espetáculos de variedades) falido em Nova York; operou casas de vaudeville de segunda classe nas quais os filmes tornaram-se a maior parte do faturamento. Fox ampliou seus negócios para a distribuição de filmes, criando a Greater New York Film Rental Company. Também como Laemmle, entrou em batalhas no início da década de 1910 com a Motion Pictures Patents Company – a Trust, controlada por Thomas Edison – que, a partir de 1909, cobrava taxas sobre a produção e o equipamento de projeção. Fox iniciou a produção própria de filmes em 1914, após a prolongada, porém vitoriosa, ação anti Trust. Segundo Benjamin Bowles Hampton, ele foi "o primeiro homem dos filmes a abarcar com sucesso em uma organização todos os braços da indústria" (apud KOSZARSKI, 1990, p. 83).

A Fox Film Corporation, que reuniu em uma única empresa a produção, a distribuição e a exibição de filmes, foi fundada em 1º de fevereiro de 1915. A companhia expandiu rapidamente sua produção e alcançou grandes somas de lucro com Theda Bara, que agradara ao público como a *Vamp* em *A fool there was* (Frank Powell, 1915), produzido ainda pela William Fox Vaudeville Company[19], sendo uma das primeiras estrelas fabricadas pelo sistema. A produção da Fox Film girava em tornos de melodramas e filmes de ação não sofisticados para os patrocinadores de suas casas de exibição de segunda linha, apoiados nas estrelas Theda Bara, William Farnum e Tom Mix (icônico cowboy do cinema silencioso), e que, por uma década, trouxeram ganhos contínuos para o estúdio. Tendo New Jersey como

[15] Dono da Loew's Inc, empresa do ramo de exibição, que, em 1924, faria da Metro-Goldwyn-Mayer seu braço na produção de filmes, através de uma fusão.
[16] Presidente e fundador da Universal Pictures.
[17] Criador da Famous Players, que evolveria para Famous Players-Lasky, após fusão com a companhia do co-produtor Jesse L. Lasky, tornando-se então a Paramount Pictures, presidida por Zuckor.
[18] Harry, Albert, Sam e Jack, fundadores do estúdio a que deram seu sobrenome.
[19] A William Fox Vaudeville Company produziu apenas três filmes, todos em 1915: além de *A fool there was*, *A gilded fool* (Edgar Lewis) e *Kreutzer sonata* (Herbert Brenon, também com Theda Bara).

base de produção, a companhia operava em vários estúdios espalhados em outros locais, entre eles, a Califórnia. Richard Koszarski (1990) ressalta que o controle de William Fox sobre este monopólio produção-distribuição-exibição era único, pois ele conseguiu manter o comando majoritário deste império em suas próprias mãos (a companhia era financiada por um grupo de investidores de New Jersey, encabeçados por John F. Dryden, presidente da Prudential Insurance Company), uma pretensão que nem Zukor, Laemmle, Loew, ou nenhum outro *tycoon* foi capaz.

Se a Fox havia sido altamente bem-sucedida em servir pequenos exibidores com suas comédias curtas, westerns e melodramas, ocasionalmente acompanhados por produções de prestígio, a partir de 1925, a crescente expansão da Paramount, da First National e da Loew's impulsionaram William Fox a reconstruir suas propriedades, pois, enquanto a companhia possuía uma vasta rede internacional de salas de cinema, por volta do final da década de dez sua cadeia doméstica se limitava a vinte e seis cinemas de vaudeville de baixa qualidade (JOBES apud KOSZARSKI, p. 84). A criação da Fox Theater Corporation, responsável pela oferta do estoque de filmes do estúdio e por dar continuidade a esta remessa, favoreceu ainda a aquisição de cadeias inteiras de salas de cinema, circuitos respeitáveis, incluindo franquias anteriormente pertencentes a outros estúdios, como a Firts National.

A compra do Roxy, o mais imponente dos palácios de cinema do período silencioso, que seria "a joia da costa leste do império Fox" (KOSZARSKI, p. 85), uma semana antes de sua abertura, em 1925, é prova da grandiosidade da empreitada de William Fox em relação aos palácios de cinema e ao mercado de primeira linha. Situada em Nova York, a sala com 6.214 assentos havia sido concebida por Hebert Lubin, produtor falido de filmes, para ser o maior cinema do mundo, atraindo o financiamento inicial de S. L. "Roxy" Rothapfel, notório *showman* do negócio de filmes, que deu nome ao palácio.

> Rothapfel trabalhou de perto com o arquiteto, Walter W. Ahlschlager, e o designer, Harold W. Rambusch, para garantir que o prédio estabelecesse um estandarte para opulência. Ben Hall caracterizou este estandarte como "um exuberante enxerto de detalhes da Renascença em formas góticas com extravagantes traços mouros". O exterior sugeria a catedral de Valladolid e o interior "a parte interna de um nobre vaso de bronze". [...] A estatuária, a tapeçaria, as decorações do mural, tudo trabalhava junto para criar um efeito de esmagadora grandeza, mas a estrutura havia se tornado mais importante do que qualquer filme. Isto não foi acidental, mas o plano consciente do administrador do cinema e de seus donos. (KOSZARSKI, 1990, pp. 23-25)

No final da década de 1920, o estúdio era dono de mais de quinhentas salas (*idem, ibidem*). Ademais, em 1926, a Fox adquiriu os direitos do processo de sonorização de filmes desenvolvido por Theodore Case (assim como a patente do sistema alemão Tri-Ergon e do sistema de Freeman Harrison Owens), comercializado como Movietone, que permitia a sincronização entre imagem e som ao gravá-lo como uma faixa óptica no rolo do filme – e que, portanto, superava o sistema Vitaphone de sonorização em disco, tocado numa plataforma giratória acoplada ao motor do projetor, empregado pela Warner Brothers e pela First National a partir daquele ano, colocando o estúdio de William Fox numa posição de comando para dominar a era dos filmes falados que estava por vir, como aponta Koszarski. O autor acrescenta que:

> Impressionado pelo efeito de tela grande Magnascope da Paramount (que aumentava a imagem da tela para um tamanho gigante) ele designou seus próprios técnicos para trabalharem aperfeiçoando um processo de 70 mm enfim comercializado como Fox Grandeur. Acima de tudo, ele alterou drasticamente o estilo das mais ambiciosas produções da Fox Film. A decisão de adquirir centenas de salas de prestígio significava que Fox não poderia mais depender inteiramente dos melodramas familiares e westerns que haviam carregado o estúdio por uma década. (KOSZARSKI, 1990, pp. 85-86)

De acordo com Todd McCarthy (1997), sob a administração do vice-presidente Winfield Sheehan, a Fox caminhava neste período para níveis de produção sem precedente, num esforço para se tornar uma potência dominante na indústria cinematográfica. Seu enorme programa de 1926-1927 solicitou um orçamento de 10 milhões de dólares, para, ao menos, 49 longas-metragens e 52 comédias de curta-metragem. A companhia precisava de produção imediata. Tratava-se de um projeto de expansão do estúdio que incluía as operações na costa oeste, cuja produção coube a Sheehan supervisionar, em Western Avenue, Los Angeles, e na recentemente adquirida área em Beverly Hills, batizada de Fox Hills. Houve um investimento bem sucedido em produções mais sofisticadas e épicos históricos, como *What price glory?* (Raoul Walsh, 1926), que confirmou a popularidade de uma nova estrela latina: Dolores del Rio. Ainda no mesmo ano, Fox contratou F. W. Murnau, o prestigiado diretor alemão, a quem foi permitida liberdade criativa na produção de *Sunrise* (1927), lançado com o sistema Movietone. Parte do empreendimento neste biênio 1926-1927 envolvia reforçar o quadro de diretores do estúdio e, ainda em outubro de 1925, foram contratados Howard Hawks, Harry Beaumont e Irving Cummings, que se juntaram aos "sólidos tipos à *Americana*" (*idem*,

ibidem, p. 86) a serviço de William Fox: John Ford, Raoul Walsh, Frank Borzage, Allan Dwan, Alfred E. Green, Roy William Neill, John G. Blystone.

O estilismo de filmes europeus como *Varieté* (Alemanha, 1925), de E. A. Dupont, e *A última gargalhada* (Alemanha, 1924), de Murnau, impactou cineastas de Hollywood à época, assim como executivos da indústria[20]. Em meio a esta reverência com a qual os diretores alemães foram celebrados, Fox incentivou seus contratados a estudarem e se espelharem no estilo de Murnau. Os resultados foram trabalhos sombrios e introspectivos, empregando movimentos de câmera elaborados, iluminação expressionista e montagem refinada, que combinavam o estilo alemão e o norte-americano, e marcaram uma variação nos lançamentos de maior prestígio do estúdio. Entre as produções citadas por Koszarski, estão: *7th Heaven* (1927) e *Anjos da rua* (*Street angel*, 1928), ambas de Frank Borzage, protagonizadas por Janet Gaynor e Charles Farrell; *The red dance* (1928), de Raoul Walsh, com Farrell e Dolores Del Rio; *Hangman's house* (1928), de John Ford (não creditado); e *The river* (1928), também de Borzage, estrelada por Farrell. McCarthy menciona ainda *Paid to love* (1927), de Howard Hawks, com George O'Brien e Virginia Valli. Contudo, Koszarski reitera que:

> [...] na verdade, tal experimentação era apenas coloração no tradicional bolo da Fox. Enquanto Murnau e sua equipe estavam ocupados recriando "fogas de pântano" nos estúdios de Western Avenue, Tom Mix ainda montava a grama em Fox Hills. *Bertha the sewing machine girl* (1926), *The return of Peter Grimm* (1926) e *Mother Machree* (1928) sustentaram valores tradicionais da Fox para exibidores tradicionais da Fox, e a Fox Film Corporation foi capaz de absorver seus experimentos em expressionismo sem afetar a lucratividade como um todo. (KOSZARSKI, 1990, p. 86)

O Concurso de Beleza Fotogênica Feminina e Varonil do qual tratamos neste trabalho esteve inserido nos planos de expansão da Fox, numa investida na América do Sul, através da realização de versões deste concurso de beleza, que aconteceram também no Chile e na Argentina no mesmo ano. Segundo uma matéria da revista *A Cigarra* de 1927, que comentava o casal brasileiro vencedor, Lia Torá e Olympio Guilherme, a companhia:

> Foi uma das primeiras que entraram no mercado cinematográfico brasileiro [...]. Tendo remodelado há pouco todas as suas instalações, ampliando-as e adaptando-as para maior perfeição dos seus filmes, voltou a direção da Fox as suas vistas para um problema [...] de possíveis vantagens econômicas para a cinematografia em geral. Sendo a América do Sul um dos seus grandes

[20] Segundo McCarthy (*op. cit.*), os executivos da Paramount ficaram tão impressionados com *Varieté*, que estreou nos Estados Unidos em junho de 1926, que não apenas compraram os direitos norte-americanos do filme, como o exibiram aos seus empregados como um exemplo de como os filmes deveriam ser feitos.

> mercados, impunha-se a presença nos seus estúdios de tipos sul-americanos que pudessem viver os motivos de sentimentos latinos de grande parte das suas películas. Enxertando, também, no seu elenco elementos novos, os domínios da Fox se ampliariam conquistando mais vastamente os países de onde retirassem os novos artistas.[21]

Neste cenário, o Brasil, visto por Hollywood como um mercado possível de ser ocupado pelos filmes norte-americanos, estabelecia-se como um possível interlocutor, parceiro, ou consumidor destas produções. Ao mesmo tempo, a promessa do sucesso no cinema hollywoodiano oferecida aos brasileiros pelo concurso da Fox não deixava de ser um empreendimento através do qual poderíamos exportar matéria-prima artística para Hollywood (futuras estrelas "que pudessem viver os motivos de sentimentos latinos"), importando de volta nossos artistas na forma de imagens manufaturadas. Visava-se com isto aumentar a base de comunicação entre esses filmes e o público nacional, incrementar as fontes de lucro da indústria e, assim, contribuir para a expansão do estúdio.

1.2.O CONCURSO DA FOX: A COBERTURA DA IMPRENSA NACIONAL

As primeiras notas sobre o concurso apareceram na imprensa brasileira em abril de 1926. No dia sete, o *Correio da Manhã* noticiava que "A Fox-Film abre um grande concurso no Rio":

> Nada mais atraente. O concurso terá um êxito colossal e em breve veremos um brasileiro e uma brasileira impondo a sua arte à América e ao mundo inteiro. Os concorrentes, queremos crer, serão aos milhares.[22]

Em 13 de abril, a *Folha da Manhã* iniciava a coluna *Cinema* com a manchete: "Quem quer ir trabalhar nos estúdios da Fox? Um concurso que deve interessar a muitos". E completava que:

> [...] aos vencedores será garantida uma viagem a Hollywood, com todo o conforto, e ainda um contrato por um ano, com bons ordenados. É, na verdade, tentador, e temos a certeza de que os concorrentes serão aos milhares, tantos são os apaixonados de cinema em todo o país, que encontrarão agora uma ocasião de realizar os seus sonhos.[23]

---

[21] Dois brasileiros na Cinelândia. *A Cigarra*, São Paulo, ano XV, n. 306, 1ª quinzena ago 1927.
[22] *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 7, 7 abr 1926.
[23] *Folha da Manhã*, São Paulo, p. 3, 13 abr 1926.

No dia 29 do mesmo mês, *A Cena Muda* anunciava que "A Fox Film Corporation quer uma atriz e um ator brasileiros: para isso vai abrir um grande concurso de beleza no Brasil". Antevendo as acusações de que a iniciativa de "buscar, entre nós, duas celebridades futuras" era, na verdade, uma tentativa de popularizar a marca Fox nos países latino-americanos[24], a matéria declarava que:

> Essa simpática iniciativa obedece ao seguinte critério: convencida da necessidade de variar seus elencos e, tendo notado o êxito que obtém em cinematografia, não só nos Estados Unidos como em todo o mundo, os tipos latinos, [a Fox Film Corporation] resolveu procurar novos astros nos países mais representativos da América do Sul: no Brasil, na Argentina e no Chile. Para que não se julgue que esse concurso visa apenas resultados de publicidade, a Fox estabelecerá prêmios aos escolhidos pelo voto dos próprios brasileiros e contratará o rapaz e a moça mais votada para trabalharem em seus filmes, a princípio em papéis secundários, porém deles, de seus dotes artísticos e de seus esforços dependerá a elevação até a categoria de astros.[25]

Enxergamos o concurso como uma estratégia de publicidade da Fox, num momento em que o estúdio se expandia, mas o associamos também a duas outras questões, reveladas na defensiva do texto acima, que consideramos importantes para avaliar a empreitada da companhia no Brasil: o sucesso de atores latinos em Hollywood naquele período, questão que desenvolveremos no segundo capítulo, e a mística do estrelismo, também evidenciada nas supracitadas notas de jornais e em *Cinearte*, que mencionou o concurso pela primeira vez no dia 25 de agosto. Em matéria intitulada "Quem quer ser artista da Fox?: Um concurso no Brasil", a revista informava que:

> Acha-se no Rio José Matienzo [cuja fotografia ilustra a matéria], da Fox Film Corporation, e que, representando pessoalmente o Sr. William Fox, vem ao nosso país dirigir os trabalhos do grande concurso de beleza feminina e varonil que abre, às moças e rapazes do Brasil, magnífica oportunidade para abraçar a carreira cinematográfica, nela ingressando em condições excepcionalmente favoráveis.

Segundo o texto, eram estas palavras de Matienzo, diretor artístico da Fox e representante pessoal de William Fox:

> O Sr. William Fox nutre pelo Brasil e pelos brasileiros a maior simpatia [...]. Pensa, desde há muito, associar os latinos à sua obra artístico-

[24] SARMENTO, L. C. Lia Torá e Olympio Guilherme: Uma Aventura em Hollywood. *Manchete*, Rio de Janeiro, abr 1968.
[25] *A Cena Muda*, Rio de Janeiro, v. 6, n. 266, p. 5, 29 abr 1926.

> cinematográfica e voltou, bastante tempo, sua atenção para o Brasil. [...] São suas, textualmente, as seguintes palavras: "A maior necessidade da industria cinematográfica hoje em dia é exibir semblantes jovens, cheios de frescura, de uma encantadora novidade. Desejo maior número de moças como Janet Gaynor e Olive Borden, rapazes como Richard Walling e Charles Farrell. Nos meus trabalhos, na Fox e fora dela, notei que há um desejo sempre crescente de novas fisionomias e brilho de ideias. [...] Atravessamos uma fase de apelo constante à vivacidade e às impressões inéditas. Para satisfazer esse desejo a Fox empenha-se permanentemente em lançar novas estrelas e despende, anualmente, grandes somas na realização de inquéritos, no empenho de encontrar e tornar conhecidos os verdadeiros talentos.

A matéria assim concluía:

> Filmes, disse ainda o ilustre diretor, são os produtos mais perecíveis do mundo. É preciso agitá-los constantemente e rápido, rápido! Só dão lucro ao produtor enquanto novos e frescos. Daí a procura de elementos novos a que nos lançamos. Daí a ideia desse concurso no Brasil e que oportunamente será estendida a outros países latinos.[26]

Em agosto/setembro de 1926 foram divulgadas as bases do concurso no Brasil[27]. Segundo as matérias publicadas no *Correio da Manhã* e em *Cinearte*:

> Como verificarão os interessados, o certame não pode ser burlado. Formalmente a Fox Film obriga-se a eleger dois – um homem e uma mulher – dentre os candidatos, e oferece aos eleitos todas as garantias e vantagens. Vai mais longe. Se, dentre os que concorrerem ao pleito, outros, além dos vencedores, lhe parecerem interessantes, oferecer-lhes-á contratos com excelentes condições**.** Abre-se, assim, magnífica oportunidade à mocidade do nosso país para fulgir no écran. O que era, ontem, um sonho irrealizável das belezas patrícias está, hoje, ao alcance dos que reunirem os requisitos abaixo enumerados [...] Precisamos mandar para Hollywood a fina flor da formosura, do encanto e da graça da gente do Brasil.[28]

Os brasileiros se inscreviam no concurso seduzidos pela mística do estrelismo: a "magnífica oportunidade à mocidade do nosso país para fulgir no écran", até então "um sonho irrealizável das belezas patrícias" e que, com a iniciativa da Fox, passava a estar "ao alcance

---

[26] *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 26, p. 5, 25 ago 1926. O empenho da Fox em gastar "grandes somas" na busca de novas estrelas a serem lançadas era parte de uma política mais ampla da empresa.

[27] Grande concurso de beleza fotogênica feminina e varonil: uma inteligente iniciativa do Sr. William Fox – as bases do concurso. *Selecta*, Rio de Janeiro, ano XII, n. 37, p. 5, 15 set 1926; Grande concurso de beleza fotogênica feminina e varonil: uma inteligente iniciativa do Sr. William Fox – as bases do concurso. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 3, 19 ago 1926; O concurso da Fox-Film. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, p. 2, 20 ago 1926; Quem quer ser artista da Fox? As bases do concurso no Brasil, *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 27, p. 5, 1º set 1926.

[28] Grande concurso de beleza fotogênica feminina e varonil: uma inteligente iniciativa do Sr. William Fox – as bases do concurso; *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 3, 19 ago 1926; Quem quer ser artista da Fox? As bases do concurso no Brasil, *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 27, p. 5, 1º set 1926.

dos que reunirem os requisitos". Segundo nota intitulada "Quem quer ser artista da Fox", publicada no *Correio da Manhã* na coluna *Telas & Palcos* no dia cinco de outubro de 1926, "o sonho da mocidade de hoje é, inquestionavelmente, o cinema"[29]. A explicação para o sonho do estrelismo poderia ser encontrada em diversos outros momentos na mesma coluna, onde se afirmava que, para os brasileiros que fossem incorporados ao *casting* da Fox, abrir-se-iam "as portas da Fama, da Glória e da Fortuna"[30] e que "não há quem não sonhe com a glória de Hollywood e a vida principesca dos atores da tela"[31].

O *Correio da Manhã*, em suas menções ao concurso, recorria frequentemente a esta sedução despertada pelo *star system*, à imagem das estrelas dos estúdios como criaturas invejáveis, acima das pessoas comuns. Poucos dias após a abertura das inscrições, o jornal anunciava que "o coração de nossa mocidade palpita à perspectiva de um destino glorioso", afirmando que "inúmeros corações, adivinhando-a, palpitam à ideia de alcançar sucesso no écran, ascendendo até as altas cumeadas perlustradas pelos grandes astros da tela"[32].

As inscrições para o concurso da Fox iniciaram-se em 22 de agosto. Segundo o *Correio da Manhã*, os escritórios do estúdio receberam "um verdadeiro aluvião de pedidos de informações", desde que fora anunciado por José Matienzo que a empresa "deseja obter os mais perfeitos tipos fotogênicos de moças e rapazes vivendo no Brasil, para facilitar-lhes um honroso lugar de artista de cinema". A matéria acrescentava que "o oferecimento feito pela Fox não pode ser mais sedutor para a nossa mocidade"; afinal, as condições do concurso (despesas de viagem pagas até Hollywood, contrato inicial de um ano, podendo ser estendido por quatro adicionais, caso os escolhidos mostrassem aptidão para a carreira cinematográfica, promessa de papéis de relativa importância) "despertarão as ambições, os sonhos de glória, de muitos jovens, moços e moças, vivendo sob estes céus", sendo os retratos 13 X 18 enviados com as inscrições "o primeiro passo em uma escada triunfal"[33].

Em seu estudo sobre *Cinearte*, Ismail Xavier (*op. cit.*) observa que o impulso patriótico da revista colocava o Brasil, sua natureza e a parcela branca de seu povo como um país apto para o cinema, mas que o cultivo da imagem nacional se fundava antes no elogio da

---

[29] *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 9, 5 out 1926. A mesma afirmação foi feita na edição do jornal carioca de 23 de novembro de 1926.

[30] A Fox e o seu concurso de beleza fotogênica. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 6, 26 out 1926. Comentário semelhante aparece em notas sobre o concurso no *Correio da Manhã* de 23 de outubro de 1926, na *Cena Muda*, v. 6, n. 293, de 4 de novembro de 1926, e na *Cinearte*, v. 1, n. 36, de 3 de novembro de 1926.

[31] Concurso de beleza fotogênica: o primeiro mês. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 6, 26 set 1926.

[32] *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 8, 24 ago 1926.

[33] Inicia-se hoje o concurso de beleza fotogênica feminina e varonil da Fox Fil. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 22, 22 ago 1926. A Photo-Brasil associou o concurso da Fox à sua publicidade: "Fotografias regramentárias para este concurso, tiradas de acordo com indicações recebidas diretamente da Fox Film, só na Photo-Brasil". Concurso da Fox Film. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 29, p. 33, 15 set 1926.

fotogenia, "noção indicadora do específico cinematográfico e depósito de suas 'verdades mais profundas'" (*idem, ibidem*, p. 179), que a revista converteu num elogio à boa aparência, à simpatia e ao *sex-appeal*. No início dos anos 1920, os artistas da *avant garde* francesa desenvolveram a ideia da "fotogenia" como um específico da câmera: aspectos do objeto fotografado, que escapam ao olho humano, seriam realçados pela reprodução cinematográfica[34]. Xavier atesta a transformação da ideia de fotogenia pela *Cinearte* de atributo poético em conceito epidérmico de beleza, associado a luxo, higiene, juventude, boa aparência e brancura, elogiando a "lei dos tipos" de Hollywood[35]. É nesta noção de fotogenia ligada ao estrelismo, mencionada por Xavier, que implicam os "tipos fotogênicos" solicitados pelo concurso da Fox. Mas ponderamos que esta ideia de fotogenia que permeia o *star system* não pode ser precisada em termos epistemológicos (como definir epistemologicamente quem é fotogênico e quem não o é?), constituindo uma "qualidade irrecusável", um "caráter visível" – pautado também por construções histórico-sociais, que implicam identidades de classe e identidades étnico-raciais, que discutiremos mais à frente nesta dissertação.

Assim, para *Cinearte*, o "bom cinema" necessitava de gente bonita na tela, movendo-se por "ambientes vistosos" ou "belas paisagens fotogênicas". Se as estrelas eram vistas pela revista como matéria-prima essencial para o bom cinema e Hollywood servia como modelo a ser copiado, o *Correio da Manhã* também indicava algo neste sentido, afirmando, por exemplo, que "no filme moderno, no filme de salão, no filme de ambiente elegante, não basta o talento por maior que ele seja: é preciso também a distinção, o bom gosto nas toilettes e elegância no porte"[36]; ou que *A Eterna Questão* era "mais um filme encantador, desses cheios de sutileza, de luxo, de elegância, de jazz, como gosta o nosso mundo, e nele vemos ainda a beleza estonteante de Marie Prevost [...]"[37]. Assim, como esclarece Xavier, foram estabelecidas as regras do bom gosto estético, identificadas com a limpeza do produto cinematográfico, tendo em vista o interesse comercial. Ele enumera algumas matérias-primas universais que o cinema deveria ter para *Cinearte*: mulheres atraentes, homens bonitos, higiene, saúde, natureza fotogênica, ambiente de luxo, situações dramáticas de fundo psicológico-sexual, a luta do bem contra o mal, etc. Nesta conjuntura, a lei dos tipos de

---

[34] Vale lembrar que o cinema, fruto da modernização resultante da 2ª Revolução Industrial, que atingiu todos os campos da atividade humana, foi incorporado às práticas de vanguarda artística no início do século XX.

[35] O autor explica que a "lei dos tipos" estava originalmente ligada à necessidade de adequação do ator à personagem e à verossimilhança na interpretação, que apontava "para uma representatividade sociológica" (*idem, ibidem*, p. 179), mas que ela foi reduzida a padrões estéticos-sexuais ao ser transformada em critério de estrelismo.

[36] Correio da Manhã, Rio de Janeiro, 1º jan 1926.

[37] Correio da Manhã, Rio de Janeiro, 13 jan 1926.

Hollywood, critério de estrelismo, era indispensável para que os filmes exercessem atração sobre o público. Para tanto, a mulher deveria ser um "tipo de beleza" e o homem um "tipo de virilidade"[38].

Alimentando o imaginário sobre dois brasileiros anônimos que em breve seriam descobertos e catapultados à glória no "Bosque Sagrado"[39] do cinema, o *Correio da Manhã* lembrava que "o concurso de beleza fotogênica feminina e varonil que a Fox acaba de instituir não se restringirá ao Rio de Janeiro, ao contrário, estender-se-á a todo o Brasil", e indagava: "de que cidade, vila ou lugarejo virão a moça e o rapaz, as belezas fotogênicas desconhecidas que a Fox procura"[40]? Concluía a nota que:

> Quem poderá sabê-lo? O que é certo, é que sobre a cabeça de um rapaz e uma moça do Brasil paira, neste momento, a estrela de uma carreira brilhante e gloriosa. Ser astro da tela! O sonho de tanta gente! Que se inscrevam todos no concurso da Fox [...].[41]

Igualmente, o título de outra nota do *Correio da Manhã* se perguntava: "Pobre ou rica? Qual será a situação social da moça e do rapaz que a Fox procura"? Afirmava o texto que a Fox não se fiou "à classe ou condição social. Podem os vencedores ser figuras de destaque da aristocracia carioca, paulista, gaúcha, baiana, pernambucana ou paraense, podem ser humildes filhos do povo devotados a modestíssimas ocupações"[42]. Advertia-se que era apenas necessário que suas belezas fossem fotogênicas, suas peles brancas e seus ascendentes latinos; que a moça tivesse de 16 a 23 anos, peso entre 40 e 55 quilos, e altura entre 1,50 m e 1,70; que o rapaz tivesse compleição robusta, mais de 1,75 m de altura e menos de 28 anos. Como evidenciaremos no próximo capítulo, estes requisitos implicavam, em geral, uma identidade de classe vinculada às elites ou à classe média, restringindo o grupo de brasileiros que poderiam estar entre as belezas feminina e varonil escolhidas.

Para endossar a ausência de preconceito social do concurso, a matéria oferecia o exemplo de Olive Borden, estrela da Fox que teria vocação nata como atriz e, frente à necessidade de trabalhar, devido às dificuldades financeiras de sua família, conseguira ingressar no cinema, após uma primeira recusa Reafirmando o sonho do estrelismo, bem

---

[38]O *Correio da Manhã* também menciona "tipos", como o "tipo do homem em plena virilidade, sem ser criança, e que ama, despertando paixão" (13 jan 1926), que Conway Tearle interpretava.
[39] "O americano chamou Hollywood – Bosque Sagrado – à cidade do cinema". Cinematographos. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, p. 6, 10 nov 1926.
[40] De que cidade brasileira serão filhos a moça e o rapaz que a Fox procura? *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 6, 26 de ago 1926.
[41] *Idem, ibidem*.
[42] *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 6, 31 ago 1926.

como a ideia de que os "filhos do povo" seriam aceitos – desde que fossem brancos – o jornal concluía que:

> Podem, pois, provir do campo como da cidade os dois moços brasileiros que a Fox procura para o seu corpo de artistas em Hollywood. É mais do que provável que no nosso imenso Brasil existam não uma, porém dez, vinte, trinta Olive Bordens. Conseguintemente, do norte ao sul do Brasil, que todas as moças, como todos os rapazes que preencham as condições acima expostas se apresentem. Que cada um o faça com a fé viva de que triunfará, tanto mais que, conquanto só haja o compromisso de contratar dois concorrentes é bem possível que um número bem maior seja convidado a ir realizar uma tentativa em Hollywood. É uma oportunidade única que se oferece à mocidade do nosso país. Ninguém a deve perder[43].

Em setembro, o jornal anunciou a partida de José Matienzo para Buenos Aires, com o fim de iniciar concursos de igual natureza na Argentina e no Chile. Segundo declarado, o representante da Fox, "que se acha encantado com o nosso país e o nosso povo, não esconde a sua satisfação pela acolhida que a imprensa do Rio e S. Paulo fizeram à inteligente e feliz ideia do sr. William Fox e à sua pessoa"[44]. No dia seguinte, o *Correio da Manhã* noticiava que cerca de cinquenta candidatos daquelas duas cidades haviam se inscrito no concurso e que o número crescia a cada dia. Afirmava, ainda, que o jornal levava diariamente a Matienzo centenas de retratos e cartas, dando a conhecer duas delas (a primeira de uma moça, a segunda de um rapaz), que considerava "a parte humorística". Ambas constituem exemplos apropriados do fascínio despertado pela mística de Hollywood num mundo de espectadores:

> Adoro a arte cinematográfica, e não posso ficar mais em casa. Minha mãe não me entende. Oh! Não, o senhor não será tão ruim assim que se vá embora sem me levar, não é verdade? Irei com o senhor nem que seja para lhe servir de criada, mas em casa não posso ficar...
>
> A despeito de medir apenas um metro e setenta e pesando 58 quilos e meio, com dezenove anos de idade, e tendo os demais requisitos exigidos, poderia eu concorrer ao presente certame? É que à vista do meu crescente desenvolvimento físico acredito estar, dentro de um ano com mais cinquenta

---

[43] *Idem, ibidem. O Estado de São Paulo* de três de setembro de 1926 publicou matéria semelhante, trazendo o exemplo de Olive Borden. A *Cinearte*, por sua vez, também especulava: "Qual será a moça e o rapaz que a sorte vai levar para os estúdios de Hollywood? De onde virão? Do Rio? De São Paulo? Dos Estados do centro, do norte, do sul? Será pobre ou rica? Dentro de três meses essas perguntas estarão todas respondidas e dois patrícios nossos terão tirado a sorte grande, que ser artista de Cinema significa, hoje, fama, glória e fortuna". O concurso de beleza fotogênica da Fox: a volta do sr. José Matienzo e o concurso de beleza. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 35, p. c3, 27 out 1926.

[44] Concurso de beleza fotogênica: partida do sr. José Matienzo. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 9, 3 set 1926. As notas do jornal terminavam com o aviso de que todos os dias, das 15h às 17h, nos escritório da Fox no Rio de Janeiro, eram prestadas informações àqueles que desejassem.

> centímetros de altura e robustez física de acordo com as condições exigidas e talvez acima delas![45]

Segundo o *Correio da Manhã*, choviam "nos escritórios da Fox Film do Brasil, aqui e nos Estados, cartas e candidatos ao concurso"[46]. Ao oferecer um balanço do primeiro mês da empreitada, o jornal calculava que haviam se inscrito 112 rapazes (do Rio de Janeiro e São Paulo, em sua maioria, além de Pernambuco, Alagoas, Minas Gerais, Espírito Santo, Bahia e Paraná) e 34 moças "que querem ser artistas de cinema"[47] (22 do Rio de Janeiro, cinco de São Paulo, duas de Niterói, uma de Recife, uma de São José dos Campos, uma de Sorocaba, uma de Barra Funda e uma de Bauru)[48]. A matéria considerava o resultado animador e previa "para os dois meses restantes [...] a afluência de pelo menos cinco vezes aquele número tão grande tem sido o movimento de correspondências prestando informações e de interessados"[49].

A discrepância entre o número de mulheres e homens inscritos é considerável. As bases do concurso diziam que:

> II – [...]
> 1) a inscrição se fará mediante a remessa ao comitê do Grande Concurso de Beleza Fotogênica Feminina e Varonil da Fox Film, rua da Constituição 41, Rio de Janeiro, do boletim abaixo reproduzido, devidamente assinado e de um retrato do tamanho aproximado de 15 X 18 cm. No caso de se tratar de menores, é necessária a declaração de consentimento dos pais; de mulher casada, o consentimento do marido.

De tal modo, a recomendação era de que nenhuma moça que preenchesse os requisitos deixasse de concorrer, "desde que tenha o consentimento de seus pais ou marido"[50]. Apesar do ritmo de modernização da sociedade nas primeiras décadas do século XX e da emergência da nova mulher, que passava a ocupar a paisagem urbana, o discurso ideológico da época, conservador, preocupado com as inovações na rotina das mulheres e com a modificação das relações entre os sexos (noutras palavras, com a corrosão da ordem social), procurou construir e difundir a representação de um comportamento feminino ideal, restringindo suas atividades,

---

[45] Quem quer ser artista de cinema? A Fox tem recebido numerosas cartas e numerosas inscrições. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 8, 4 de set 1926.
[46] O concurso de beleza fotogênica da Fox: como vão transcorrendo os serviços. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 6, 23 set 1926.
[47] Concurso de beleza fotogênica: o primeiro mês. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 6, 26 set 1926.
[48] Segundo o próprio jornal, na primeira semana, "nada menos de 50 rapazes e oito moças se inscreveram. É de crer que até a data do encerramento do concurso, 21 de novembro, estejam inscritas algumas centenas de moças e alguns milhares de rapazes...". Pobre ou rica? Qual sera a situação social da moça e do rapaz que a Fox procura? A interessante história de Miss Olive Borden. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 6, 31 ago 1926.
[49] Concurso de beleza fotogênica: o primeiro mês. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 6, 26 set 1926.
[50] Inicia-se hoje o concurso de beleza fotogênica feminina e varonil da Fox Film. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 22, 22 ago 1926.

suas aspirações e seu espaço (MALUF; MOTT, 1998). Isto envolveu a instauração de um discurso disciplinador em relação ao trabalho feminino sobre a beleza, que pretendia limitar-lhe os excessos, na tentativa de reduzir o domínio da mulher sobre seu próprio corpo e controlar sua apropriação de seu potencial de sedução, para que não fossem ameaçados certos papéis sociais e estruturas de poder enraizadas (SCHPUN, 1999).

Assim, uma mulher de "boa família", no final dos anos vinte, podia praticar esportes, frequentar lojas, clubes, cinemas e outros espaços públicos de lazer; era-lhe permitido ser votada em concursos de beleza realizados no interior daquela sociedade, que legitimavam seu prestígio social e, possivelmente, dariam a ela vantagens na batalha pelo casamento[51]. Mas, aspirando publicamente a ser estrela de cinema em Hollywood – onde a imagem feminina tinha enorme apelo sexual e representava a liberdade e a independência de mulheres modernas, ameaçadoras da ordem familiar, que não dedicavam suas vidas ao marido, ao lar e aos filhos, mas, ao contrário, sustentavam-se com seus altos salários e trocavam de parceiros com frequência, como era constantemente noticiado na imprensa – correr-se-ia, provavelmente, o risco de ser identificada com o comportamento de uma "mulher mundana", de reputação duvidosa.

Os filmes mudos e a imprensa expunham os corpos das estrelas, criando imagens extremamente sexualizadas. É possível que a conotação negativa do cinema haja motivado as palavras de José Matienzo publicadas em 30 de outubro no *Correio da Manhã*. Embora a nota, ilustrada com a fotografia da "senhorita Lygia Sarmento, desta capital, uma das mais lindas concorrentes"[52], afirmasse que Matienzo "sente-se altamente satisfeito com os resultados obtidos até agora", o representante do estúdio norte-americano se dirigia ao pais:

> A Fox Film [...] deseja levar a cabo seus trabalhos em plena harmonia com os desejos dos pais [...]. Seu concurso de Beleza efetua-se com a maior elegância, respeito e boa fé. Mas, antes de tudo, a Fox deseja obter a boa vontade, a simpatia e o apoio dos pais de família. Aos pais e mães [...] solicitamos que, por intermédio de seus advogados, procuradores e banqueiros, façam investigações acerca da honorabilidade, crédito e boa fé

[51] Trataremos da incorporação de padrões de beleza ligados à urbanização e à modernização da sociedade, assim como dos discursos disciplinadores que os cercavam e dos concursos de beleza, no capítulo seguinte.

[52] Lygia Sarmento participaria, alguns anos mais tarde, do ciclo de São Paulo. Em 1931, protagonizou *Alvorada da Glória*, drama romântico sonorizado, que empregava a sincronização com discos, roteirizado por Luiz de Barros, dirigido por ele e Victor Del Picchia. No início de 1927, Lygia escreveu uma carta ao diretor da Fox Film no Brasil, Alberto Rosenvald: "Inscrita, como estou, no grande concurso da Fox, da qual V. S.ª é um dos dignos diretores, rogo-lhe a fineza de informar-me, se fui contemplada entre as concorrentes, que terão de se submeter às respectivas provas cinematográficas. Esta solicitada informação é motivada pela necessidade que tenho de ausentar-me, temporariamente, desta capital, devendo seguir com a minha família à Belo Horizonte: dependendo essa minha viagem da resposta que V. S.ª se dignar a conceder-me." Carta de Lygia Sarmento a Alberto Rosenvald, 5 de janeiro de 1927. Arquivo Pedro Lima, Cinemateca Brasileira.

> da Fox Film. [...] Eu, mesmo, estou à disposição de todos quanto queiram consultar-me a respeito. Ao efetuar as provas necessárias para julgar o valor, na tela, dos jovens de ambos os sexos [...], a Fox veria com o maior agrado, presentes o pai ou a mãe, ou ambos, da senhorita que aquelas provas se preste. [...] As provas efetuar-se-ão em todos os seus detalhes com perfeita propriedade e completamente de acordo com os desejos dos pais. Quando chegue a ocasião de oferecer contratos aos jovens [...], consultar-se-ão, sempre, os pais, com referência aos seus desejos. Em caso algum a Fox entrará uma decisão contrária aos gostos e vontades dos pais das senhoritas ou dos rapazes. [...] A Fox Film merece e por meu intermédio solicita, no interesse de todos, a cooperação e o apoio das mães e pais dos concorrentes do seu grande concurso de Beleza Fotogênica.[53]

Atentamos, então, para algo que a *Cinearte* também destacou à época: alguns dos candidatos ao concurso da Fox já atuavam no cinema nacional. A revista mencionava Lelita Rosa, de *Vício e beleza*, de Antônio Tibiriçá, 1926 – baseado em argumento de Menotti Del Picchia e citado por Paulo Emílio Salles Gomes (1974) como representante de uma série de filmes "ousados", que obteve sucesso comercial não só no Brasil, mas também no Uruguai e na Argentina, sendo exibido em sessões especiais "exclusivamente para cavalheiros" – e *Flor do sertão*, de Jayme Redondo, 1926, além de futura estrela de Adhemar Gonzaga em *Barro Humano*, 1929; Luiz Sucupira, também de *Vício e beleza*; Armanda Maucery, de *O Guarani*, de Vittorio Capellaro, 1926, filha do também ator Armando Maucery, ligado ao meio cinematográfico paulista; Georgette Ferret, que figurou em *Flor do sertão* e *Fogo de palha*, de Canuto Mendes de Almeida, 1926, filha adotiva do ator, realizador e produtor Jaime Redondo, fundador da produtora Redondo Filme e do Cineclube de São Paulo[54]; Diogenes

---

[53] Sobre o concurso da Fox: uma palavra aos pais. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 8, 30 out 1926. "As mães devem ouvir a voz dos seus filhos e filhas e encarar com eles o horizonte glorioso, a carreira de sucesso que se lhes abre, com o reconhecimento mundial da sua habilidade dramática. Os pais devem regozijar-se com o êxito sonhado pelos seus filhos. E todos os brasileiros esforçar-se-ão por que resulte uma vitória para o nosso país a interessante iniciativa". O concurso da Fox: o coração de nossa mocidade palpita à perspectiva de um destino glorioso. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 8, 24 ago 1926.

[54] Segundo a publicidade do concurso: "A Fox não escolherá seus artistas pelos empenhos de que possam eles lançar mão. O júri daqui, como o de Nova Yok, se atenderá ao valor artístico revelado pelos candidatos nas provas cinematográficas a que vão ser submetidos". Pobre ou rica? Qual sera a situação social da moça e do rapaz que a Fox procura? A interessante história de Miss Olive Borden. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 6, 31 ago 1926; "O julgamento é rigoroso e não está sujeito a simpatias, nem empenhos". O concurso de beleza fotogênica da Fox: como vão transcorrendo os serviços. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 6, 23 de set 1926. Ferret, entretanto, recorreu a esse "empenho" que a Fox se referia em algumas cartas trocadas com Pedro Lima, nas quais citava o concurso. Numa delas, pedia que "o amiguinho advogasse perante o Sr. José Matienzo a pretensão que tenho em ser do número das escolhidas para a América do Norte. Estou certa de que aplicando a sua boa vontade e o seu prestígio me sentirei suficientemente apoiada e conseguirei o que almejo. [...] Escreva-me contando-me as novidades e quais as concorrentes à viagem à América e se devo temê-las". Carta de Georgette Ferret a Pedro Lima, 24 de setembro de 1926. Arquivo Pedro Lima, Cinemateca Brasileira. Noutra, que chamou de "carta futurista", alternando a escrita entre o português e o francês, a atriz paulista comentava que "ainda não tirei minha prova no concurso da Fox parce que il fait trés mauvais temps ici aussitôt q'ils retournerons a Rio nos irons aussi en meme temps". Carta de Georgette Ferret a Pedro Lima, 1º de janeiro de 1927. Arquivo Pedro Lima, Cinemateca Brasileira.

Nioac, também de *Fogo de palha*[55]. Há ainda registros das inscrições de Francisco Mauro, irmão de Humberto Mauro e galã da Phebo Sul América – companhia fundada por Homero Cortes e Agenor de Barros em Cataguases, em 1925, que patrocinava as filmagens de Mauro e Pedro Comello (pai da atriz Eva Nill) – participando de *Os três irmãos* (1925) e *Os mistérios de São Matheus* (1926), de Comello, *Na primavera da vida* (1926) e *Tesouro Perdido* (1927), dirigidos pelo irmão[56]; e Olyria Salgado, de *A filha do advogado*, de J. Soares, 1926, produção da Aurora Film, de Recife[57].

Todos estes filmes, bem como seus artistas, receberam certa atenção da imprensa em 1926-1927. Apesar do empenho de algumas de nossas publicações em fomentar a indústria cinematográfica brasileira com a tentativa de fabricação de astros e estrelas nacionais, que apareciam nas modestas produções rodadas no Rio de Janeiro, em São Paulo, nos ciclos regionais de Minas Gerais ou Pernambuco (comentaremos adiante o caso emblemático de Eva Nill), a verdadeira glória na tela vinha de Hollywood. Assim sendo, o concurso da Fox representava para nossos artistas a oportunidade de um sucesso superior ao que jamais alcançariam atuando no Brasil. O posto de estrela hollywoodiana os glorificaria em âmbito mundial, mas poderia fazê-lo, antes, dentro de seu próprio país, que consumia em larga escala as imagens produzidas pelo cinema norte-americano.

Em outubro, a mídia nacional anunciou o retorno de José Matienzo de Buenos Aires e Santiago, para dar início aos trabalhos de julgamento dos candidatos brasileiros, que, segundo o *Correio da Manhã* e a *Cinearte*, eram então cerca de "três centenas de rapazes e uma centena de moças"[58]. Os números do concurso são ambíguos. Matienzo afirmou, numa ocasião, que "na Argentina, estão inscritas 2.100 candidatas e no Brasil 360. O Chile concorreu com cerca de 200"; acrescentando que "nas inspeções feitas nas fotografias, encontrei maior número de belezas fotogênicas, no Chile e no Brasil. A mulher argentina é belíssima, porém, não é muito fotogênica", e que "a Fox Film terá grande prazer em levar o

---

[55] *Cinearte*, v. 1, n. 42, p. 5, 15 de dez 1926.

[56] "Tenho o prazer de comunicar-vos também que faço parte do quadro de atores da Phebo Sul America Film de Cataguases, aparecendo em *Na primavera da vida*. Atualmente estou terminando suas duas últimas produções, *O tesouro perdido* e *Os mistérios de São Matheus*, sob o pseudônimo de Bruno Mauro. [...] Segue junto a declaração de meu pai". Ficha de inscrição de Francisco Mauro no concurso de beleza fotogênica da Fox, 30 de agosto de 1926. Arquivo Pedro Lima, Cinemateca Brasileira.

[57] Ficha de inscrição de Olyria Salgado no concurso de beleza fotogênica da Fox, 8 de novembro de 1926. Arquivo Pedro Lima, Cinemateca Brasileira

[58] O concurso de beleza fotogênica da Fox: a volta do sr. José Matienzo e o concurso de beleza. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 35, p. c3, 27 out 1926; A Fox e o seu concurso de beleza fotogênica: a próxima chegada do sr. José Matienzo. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 6, 26 out de 1926. O *Estado de São Paulo* de 27 de outubro de 1926 chamou a atenção para a publicação de uma fotografia da candidata paulista Alice Santos na matéria do jornal carioca.

maior número de senhorinhas e de rapazes para os seus palácios do écran”[59]. No início de novembro, *A Cena Muda* e *Cinearte* contavam 280 rapazes e 70 moças inscritas[60]. Em dezembro, Matienzo anunciou serem “1.200 rapazes e 840 senhoritas”, mas que nem todos foram classificados, “por não possuírem qualidades que os recomendassem. A uns concorrentes falta o físico, a outros a fotogeneidade, a outros, enfim, qualidades essenciais para ser artista de cinema”[61]. A *Cinearte* de 1º de dezembro, por sua vez, afirmava que “os trabalhos [do júri] começaram com 150 moças e 450 rapazes inscritos”[62]. Cinquenta candidatos de cada sexo foram classificados pelo júri brasileiro para serem submetidos aos testes de câmera, sendo 18 mulheres e 14 homens de São Paulo[63].

O cinegrafista Paul Ivano, que havia filmado com diretores como Fred Niblo em *Ben-Hur: a tale of the Christ* (1925) e Eric Von Stroheim em *Ouro e maldição* (1924), após iniciar sua carreira de diretor de fotografia num filme estrelado pelo amigo Rodolpho Valentino (*Moran of the Lady Letty*, George Melford, 1922), foi deslocado dos Estados Unidos pela Fox para fotografar estas provas[64]. Aos homens, era requisitado que estivessem barbeados, sem qualquer espécie de retoque facial, e trouxessem consigo um traje de rua e outro de banho. As mulheres convocadas deveriam, igualmente, apresentar-se sem retoque facial, carregar um vestido de rua, um de noite, um de banho, um chapéu, um xale e fitas (além de gorro de meia, toalha, pente e escova, borla para pó de arroz, *cold cream* e rímel para os cílios, exigidos para ambos os sexos). As moças poderiam ser acompanhadas dos pais, ou de pessoa da família, e as casadas, de seus maridos[65].

No Rio de Janeiro, os testes foram filmados nos estúdios da produtora do italiano Paulo Benedetti, um dos cinegrafistas e técnicos mais relevantes do cinema silencioso

---

[59] O próximo concurso cinematográfico da Fox-Film: Paul Ivano e José Matienzo estão no Rio. Localizamos a matéria no Arquivo Pedro Lima, na Cinemateca Brasileira, porém, sua data e seu local de publicação não estão claros, podendo pertencer à edição de 2 de novembro de 1926 do jornal *A Manhã*, ou à de 20 de dezembro de 1926 do *Diário da Noite*.

[60] O ultimo mês do concurso de beleza fotogênica da Fox-Film. *A Cena Muda*, Rio de Janeiro, v. 6, n. 293, p. 5, 4 nov 1926; O concurso de beleza fotogênica da Fox. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 36, p. 10, 3 nov 1926.

[61] No concurso da Fox inscreveram-se 1200 rapazes e 840 senhoritas. *Diário da Noite*, São Paulo, 20 dez 1926. Arquivo Pedro Lima, Cinemateca Brasileira.

[62] O concurso da Fox: quais serão os vencedores? Primeira reunião do júri da Fox. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 40, p. 10, 1º dez 1926.

[63] No concurso da Fox inscreveram-se 1200 rapazes e 840 senhoritas. *Diário da Noite*, São Paulo, 20 dez 1926. Arquivo Pedro Lima, Cinemateca Brasileira. Uma matéria de jornal não identificado, de 1927, também encontrada no Arquivo Pedro Lima, na Cinemateca Brasileira, dizia serem “dezoito senhorinhas e dezesseis rapazes” de São Paulo.

[64] “Um dos mais conhecidos camera-men de Hollywood, que veio ao Rio tirar os testes do concurso da Fox e deixou saudades”. Cartas para o operador. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 58, p. 30, 6 abr 1927.

[65] O concurso da Fox. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, p. 6, 12 dez 1926; O concurso da Fox: requisitos para as provas (‘tests’) cinematográficas. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 41, p. 8, 8 dez 1926. A matéria mostrava uma foto de Pau Ivano realizando um teste de câmera com Lia Torá, na presença de José Matienzo.

brasileiro. O laboratório da Benedetti Filme – onde foram processados títulos como *Barro humano*, *Brasa dormida* (Humberto Mauro, 1928) e *Limite* (Mário Peixoto, 1931) – era o de maior qualidade à época. As grandes dependências do prédio, assim como seu exterior, eram utilizadas para filmagens; nelas foram ainda realizados experimentos de filmes sonoros durante os anos vinte. De acordo com Márcio Galdino (2007), Paulo Benedetti havia desenvolvido um procedimento de cinema colorido, chamado pela imprensa da época de "processo de cores naturais":

> Quando os enviados da Fox Filme chegaram ao Rio para escolherem um casal de brasileiros para atuarem em Hollywood, foram, naturalmente, ter ao estúdio da Benedetti Filme, então o melhor que havia. Lá, José Matienzo e Paul Ivano, puderam assistir aos testes coloridos realizados por Paulo Benedetti e interpretados por Lia Torá e Olímpio Guilherme, o casal escolhido. Espalhada a notícia Benedetti recebeu propostas de compra do invento, inclusive de uns ingleses que ofereceram dez mil libras. Contudo, o inventor se recusou a vendê-lo. (GALDINO, 2007)

Em São Paulo, os testes foram feitos nos estúdios da Redondo Filme. *A Cigarra*, n. 293, da 2ª quinzena de janeiro de 1927, e a *Cinearte*, n. 50, de nove de fevereiro de 1927, traziam imagens de Ivano, Jayme Redondo e grupos de candidatos durante a realização de testes em São Paulo, no Parque Antártica, onde estava situada a produtora. Jayme Redondo cedeu seus laboratórios à equipe da Fox, relatando a Pedro Lima que apanhara uma nova estrela para seus filmes "a laço quando a Fox filmava"[66].

Fotografias de alguns concorrentes foram publicadas em *A Cena Muda* e *Cinearte*. As revistas afirmavam que "há, entre os inscritos, tipos não só bonitos, como simpáticos, insinuantes, sedutores, de modo que se pode afirmar que, pelo menos, um rapaz e uma moça seguirão para Hollywood, a elevar na Cinelândia o nome do Brasil"[67], ou que metade das candidatas eram "tipos senão formosos, insinuantes, sedutores, vinte por cento daqueles [candidatos] com predicados físicos que lhes garantirão, pelo menos, a admissão à prova cinematográfica"[68]. Em meio à ode ao estrelismo e a um modelo de beleza universal (bem como aos seus componentes suplementares, como a graça e a simpatia) que pautava o discurso da nossa imprensa associado ao concurso da Fox, apenas uma matéria, escrita por Guilherme de Almeida, se propôs a questionar a representatividade de um "tipo exemplar" da beleza brasileira. Ele refletia:

---

[66] Carta de Jayme Redondo a Pedro Lima, 31 de dezembro de 1926. Arquivo Pedro Lima, Cinemateca Brasileira.
[67] Último mês do concurso de beleza fotogênica da Fox-Film. *A Cena Muda*, Rio de Janeiro, v. 6, n. 293, p. 5, 4 nov 1926.
[68] O concurso de beleza fotogênica da Fox. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 36, p. 10, 3 nov 1926.

> [...] vivendo numa terra que é um empório cosmopolita, um *shaker* a bater diariamente sangues diferentes para *cocktails* diversos, parece-nos que a comissão se verá, como nós nos veríamos, em séria dificuldade para fixar o critério básico de escolha. É indiscutível que os tipos preferíveis devem ser os mais representativos da nossa raça. [...] Como somos nós? [...] Altos no Sul, baixos no Norte, medianos no Centro; brancos, pretos, pardos, bronzeados em todos os quadrantes; belos, feios, simpáticos, gostosos nos quatro pontos cardeais, para todos os paladares... Nossa raça! É preciso despejar litros de *Eureka* sobre esta palavra perigosa, e escrever por cima, no seu lugar, outra mais cômoda, menos grave e mais democrática: povo. [...] A prudência, a burguesa e boa prudência só pode indicar um caminho a seguir: o do meio-termo. A comissão deverá escolher dois tipos que tenham, por exemplo, sobrancelhas cerradas de portugueses, agilidade de índios, dengo de negros, um fio de cabelo loiro (homenagem aos alemães e holandeses), gestos imensos, até o teto (homenagem aos italianos), dentes enormes e fortes (homenagem aos ingleses), altivez de galo e *bouche en coeur* (homenagem aos franceses), olhos lânguidos de alcova (homenagem aos orientais), pés pequenos e saltitantes (homenagem aos japoneses e aos chineses), e, afinal, um temperamento, uma expressão, uma personalidade, um *it* ou, pelo menos, um nome próprio e um sobrenome comuns, sem kk nem yy (homenagem aos brasileiros).[69]

Guilherme de Almeida questiona o "critério básico de escolha" da época, que associava as peles mais brancas, condizentes com o modelo de beleza e fotogenia difundido pelas estrelas de Hollywood, à higiene e à qualidade dos filmes. Almeida, em seu texto, evidencia a hipocrisia de um discurso social, ecoado pelas publicações nacionais (como Xavier comenta sobre *Cinearte*), que destacava a brancura como critério estético de beleza e que articulava que nossas "belezas fotogênicas" não deixavam nada a desejar em relação aos países desenvolvidos do norte, afirmando em seu lugar a miscigenação do povo brasileiro.

1.3.A QUESTÃO DO CINEMA NO BRASIL

Segundo o *Correio da Manhã*:

> No nosso país, milhares de criaturas, moças e rapazes torciam, é o termo, pela instalação de fábricas de filmes, que lhes permitissem aproveitar as aptidões artísticas que sentiam latentes em si mesmos, e que só estavam à espera de uma oportunidade para se manifestarem com brilho. As múltiplas tentativas que aqui tem sido levadas a efeito, muito pouco tem produzido, de

[69] A caminho de Hollywood. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, p. 2, 28 jan 1927.

> modo que os aspirantes à carreira cinematográfica viam-se constrangidos a morrer com o seu sonho.[70]

Como destaca Maria Rita Galvão (1983), dada a "incompetência" da indústria cinematográfica nacional, os americanos eram a única esperança de vermos na tela os nossos heróis. Posto que "as numerosas tentativas feitas no nosso país para a implantação da indústria cinematográfica tem sido infrutíferas"[71], a iniciativa da Fox, sob tal ponto de vista, salvava para os brasileiros o sonho do cinema, abrindo "vastíssimo horizonte a essas aspirações", ao oferecer à nossa juventude "a melhor das oportunidades"[72].

Galvão (1975) observa que os jornais brasileiros, já no final dos anos 1910, ressaltavam a enorme importância do cinema e lamentavam a ausência de uma indústria cinematográfica no Brasil, visto que nossa produção de filmes começou a se desenvolver quando o cinema já havia se estabelecido como uma indústria de entretenimento. Na condição de país ainda essencialmente agrícola, não era possível que tivéssemos aqui um cinema industrial, como ocorria em outras partes do mundo. A autora enumera aspectos do cinema paulista da época, criticados pelos que defendiam a implantação de um cinema nacional, mas que constituíam sua própria condição de existência: improvisação generalizada, ausência de especialização técnica, a "cavação"[73], etc. Para moralizar o nosso cinema propunha-se soluções que eram "eternamente as mesmas e totalmente destituídas de viabilidade" (*idem*, *ibidem*, p. 56): atrair o interesse dos grandes capitalistas, promulgação de leis protecionistas, importação de técnicos estrangeiros que ensinassem o ofício aos nossos cinegrafistas.

Nesta conjuntura, como acrescenta Galvão, procurava-se imitar o que era visto na tela vindo de fora[74], com nossos conhecimentos técnicos amadores, sem dispormos de técnicos especializados – "cinegrafistas eram ao mesmo tempo atores, diretores, roteiristas,

---

[70] Quem quer ser artista da Fox: cresce espantosamente o número de candidatas. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 9, 5 de out 1926.

[71] "[...] de modo que as moças e rapazes com qualidades artísticas e fotogênicas anseiam em vão pelo aproveitamento de suas faculdades, pois que nenhuma oportunidade realmente tentadora se lhe oferece". O concurso de beleza fotogênica da Fox: como vão transcorrendo os serviços. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 6, 23 de set 1926.

[72] Quem quer ser artista da Fox: cresce espantosamente o número de candidatas. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 9, 5 de out 1926. "Edmund Lowe. Alma Rubens. Madge Bellamy. George O'Brien. Richard Walling. Margaret Livingston. Leslie Fenton. Janet Gaynor. Earle Fox. Olive Borden. Astros da Fox aos quais a Fox quer igualar os elementos artísticos do Brasil, por meio de um Grande Concurso de Beleza Fotogênica feminina e varonil". Anúncio veiculado na revista *Selecta*, Rio de Janeiro, ano XII, n. 45, 10 nov de 1926.

[73] "Cavação" era o nome pejorativo dado às atividades associadas à feitura de documentários. Tratava-se de encomendas oficiais, à custa do poder público (num relacionamento um tanto promíscuo com este), ou particulares, patrocinadas por algum incauto financiador, para realização de documentários e reportagens.

[74] Galvão (1983) comenta que cineastas como José Medina, Eduardo Abelim, Humberto Mauro e outros declararam em depoimentos recordando sua iniciação cinematográfica que a melhor maneira de aprender a fazer filmes nacionais era ir ao cinema ver filmes estrangeiros.

montadores, laboratoristas (ou vice-versa), em função das necessidades do momento" (GALVÃO, 1975, p. 48) – maquinaria e material adequado – a improvisação era generalizada em todas as fases da produção, havendo referências ao uso de projetores adaptados para filmar, à construção de rudimentares aparelhos para a captação da luz, a métodos primitivos de revelação e copiagem – ou de capitais. Segundo a autora:

> "Capital" para fazer um filme significava, na realidade, muito pouca coisa. Numa época em que, em Hollywood, pensava-se em termos de milhões – empregados na construção de cenários grandiosos, em luxuosa decoração e indumentária, em altos salários que sustentassem o *star system* e toda uma equipe de técnicos cada vez mais especializados – no Brasil, o dinheiro necessário para fazer um filme era apenas o suficiente para comprar um filme virgem, pagar as despesas de laboratório, e eventualmente dar de comer aos artistas durante o período de filmagem, quando não eram os artistas quem davam de comer aos cinegrafistas e diretores. (GALVÃO, 1975, pp. 47-48)

A dificuldade de capitais para nossa produção de filmes caía num círculo vicioso, pois os que eram realizados não davam lucro e, muitas vezes, sequer se pagavam. O cinema brasileiro não era páreo para os filmes estrangeiros, ficando relegado a uma posição de marginalidade, como aponta Galvão, sem conseguir penetrar na rede normal de exibição dos filmes internacionais, não atingindo o público de cinema. Paulo Emílio Salles Gomes (1974) observa que as fitas brasileiras de enredo praticamente não entravam nas estatísticas dos filmes nacionais exibidos reproduzidas pela revista *Para Todos*, porque, mesmo quando completadas, raramente chegavam até um público mais amplo. Filmes nacionais exibidos em salas de primeira linha geralmente envolviam relações de amizade de seus produtores com os exibidores, longas negociações para conseguir o lançamento, acordos de rendimento inferiores aos dos filmes estrangeiros, ou mesmo que o produtor se responsabilizasse pelas despesas que implicavam a exibição.

Era também recorrente que os produtores alugassem os cinemas, sob o risco de sequer obterem renda suficiente para arcar com este valor, exibissem seus filmes em horários alternativos e em salas de menor qualidade. A distribuição desta produção nacional era igualmente problemática. Ou efetivada por distribuidores que circulavam com o filme no interior de São Paulo e nos outros estados, podendo o produtor perder o controle da exibição, do rendimento e até das cópias, ou por este mesmo, "batendo de cinema em cinema, de cidade em cidade, tentando conseguir dos exibidores o favor que não conseguira do distribuidor" (GALVÃO, 1975, p. 50). E então:

> Cinegrafistas, atores, diretores, todo o grupo que se formara para a confecção do filme, dispersavam-se, e sua tarefa passava a ser a de subsistir até que arranjassem o dinheiro suficiente para poder fazer um outro filme. Nos intervalos, os atores trabalhavam no teatro, em companhias ambulantes de variedades, em "cortinas" de cinema; os cinegrafistas faziam "cavação" de documentários, filmezinhos de propaganda política ou comercial, jornais cinematográficos. Lutando pela subsistência, e muitas vezes digladiando-se entre si, estes nossos homens de cinema tinham poucos escrúpulos quanto à forma de arranjar dinheiro; iam procurá-lo, onde quer que o dinheiro se encontrasse. [...] Havia exceções, é claro; muitos cinegrafistas ou atores não eram profissionais, e voltavam às suas ocupações habituais nos períodos em que não conseguiam filmar. Outros dedicavam-se à composição de legendas em português para filmes estrangeiros, ou a serviços gerais de laboratório, outros ainda iam ser operadores de cabine. E havia os que abriam as célebres escolas de cinema. (GALVÃO, 1975, pp. 51-52)

Segundo Salles Gomes, o fenômeno das escolas de cinema, atacado por Adhemar Gonzaga e Pedro Lima em *Cinearte* e *Para Todos*, foi mais proeminente em São Paulo. Vistas como empreendimentos para "cavação", nelas, os alunos pagavam por cursos de formação técnica e artística, com a proposta de, ao final, realizarem uma filmagem, o que nem sempre se cumpria. Ainda assim, e porque nem todas se constituíram como engodos, essas escolas contribuíram para arrecadar recursos, estimularam a produção cinematográfica e foram centros de formação de equipe técnica – "perdem elas as aspas e aparecem realmente como escolas" (SALLES GOMES, p. 309).

Segundo Galvão (1983), o mito do progresso paulista atingia o cinema e se esperava que de São Paulo, terra da indústria, do espírito arrojado, dos capitalistas, viesse a indústria cinematográfica nacional. Ela sublinha, entretanto, que a cavação foi a base de sustentação desse cinema. Segundo Salles Gomes, ao decorrer da década de vinte havia vários cinegrafistas paulistas, trabalhando por conta própria ou para terceiros, lutando entre si, aceitando encomendas de filmagens para documentários ou jornais cinematográficos (Gilberto Rossi, que tinha a subvenção governamental e distribuição garantida, vencia). Entretanto, conseguido o dinheiro para a realização de um filme, voltava-se ao início, mas, a cada fracasso, o crédito do cinema nacional e o número de candidatos a financiadores enfraquecia.

O fato de o cinema paulista da época ser "sobretudo um cinema Brás, Bexiga e Barra Funda" (GALVÃO, 1975, p. 54), feito por homens da primeira e segunda geração de imigrantes, num período "em que a palavra 'carcamano' tornava-se corrente na fala paulista" (*idem*, *ibidem*), pode ter contribuído para o desprestígio dos filmes, embora realizadores como Antônio Tibiriçá, Canuto Mendes de Almeida, Armando Leal Pamplona e Otávio Gabus Mendes pertencessem a um nível sociocultural e econômico distinto, ou mesmo à elite

intelectual[75]. Mas Salles Gomes ressalta que o pequeno círculo de cinema paulista não levava a sério intelectuais como Canuto Mendes de Almeida e Adalberto de Almada Fagundes.

Proprietário de uma fábrica de louças, Almada Fagundes foi o responsável por uma tentativa local de cinema industrial na década de 1920, com a fundação da Visual Film. Para os críticos de *Cinearte*, como Adhemar Gonzaga, e Guilherme de Almeida, de *O Estado de São Paulo*, desejosos de uma indústria de filmes nacional que se pautasse em Hollywood, desgostos com a quase inexistência de estúdios nacionais, residia aí uma esperança para a materialização do cinema brasileiro. Entretanto, a Visual confeccionou apenas um filme, *Quando Elas Querem* (1925), realizado em seus estúdios, desaparecendo "tão de repente quanto surgiu" (*idem, ibidem*, p. 55). Adhemar Gonzaga mostrou-se satisfeito com a filmagem em estúdio e os temas modernos da fita de Almada Fagundes, escrevendo que "filmes assim no gênero de *Quando elas querem* [Eugenio Kerrigan, 1925] é de que precisamos. Que apareçam casas, automóveis, aeroplanos, fábricas, etc" (apud SALLES GOMES, p. 327). Criticando as produções que se estendiam nas vistas ao ar livre, como o Pão de Açúcar, a Tijuca ou a praia do Leme, ele acrescentava que "Os melhores filmes não tem panoramas lindos. Lembrem-se de *David, o caçula*; *Fogo, Cinzas e Nada*; *Milagre da Rosa* etc. Demais, hoje se faz lindas paisagens em miniaturas" (*idem, ibidem*).

A propósito da Visual Film, Galvão explica que os recursos "apregoados como os passes de mágica para o desenvolvimento do cinema nacional" não conseguiram romper "a 'muralha de entraves' que se antepunham ao cinema no Brasil" (p. 55). Sobre as produções do período, ela aponta que:

> Seus enredos eram quase sempre ingênuos melodramas, e por vezes melodramas descabelados, que procuravam imitar os enredos dos filmes estrangeiros exibidos aqui, e frequentemente retomavam temas que o cinema americano já havia abandonado, na sua crescente sofisticação. Os críticos da época reclamavam contra o caipirismo dos nossos filmes, das nossas atrizes que não sabiam como sentar-se, dos nossos atores que usavam *smokings* como se fossem garçons, das pseudo-cenas de sociedade, em que, após o luxuoso banquete de finas iguarias servido a milionários por milionários, a dona da casa, decotada e cheia de joias, levanta-se, empilha os pratos e tira a mesa... E seja dito de passagem que não se encontraria característica mais reveladora da consciência infeliz do cinema paulista, que desconhece suas raízes profundamente entranhadas nas classes mais humildes para procurar

[75] Galvão (1983) observa que, nos anos vinte, a atividade cinematográfica era exercida, sobretudo, entre as camadas mais pobres da população, mais especificamente, por imigrantes ou seus descendentes. Em São Paulo, a partir dessa década, isto daria à ideia de cinema nacional um aspecto contraditório, pois ele seria acusado de pouco brasileiro, em parte por ser feito por estrangeiros, "carcamanos" (que, na São Paulo dos anos 1920, eram os operários), característica na qual a crítica paulista se apoiou para desprezar esta produção cinematográfica.

> transmitir como conteúdo a ideia pequeno-burguesa do que se imagina que seja a vida de uma desconhecida e inatingível alta burguesia. (GALVÃO, 1975, p. 57)

Assim, os temas explorados em nossos filmes na década de vinte eram os mais convencionais, adaptando para o pano de fundo brasileiro clichês que o cinema estrangeiro, há muito, exibia em grandes quantidades em nosso mercado. Entre as "batidas estórias" referidas por Galvão, encontravam-se:

> [...] inocentes mocinhas desencaminhadas por ricos rapazes estroinas; ricos rapazes estroinas que, por qualquer quiprocó, se veem reduzidos à condição de miseráveis, compartilhando com mendigos os bancos dos jardins públicos, para imediatamente após se regenerarem e serem reconduzidos à abastança por qualquer outro quiprocó; dramas eivados de assassinatos e desaparecimentos dos mais variados tipos; mães desnaturadas que choram seus filhos levados ao mau caminho por más companhias, para serem depois salvos pelo puro amor das heroínas, milionários que fazem desaparecer genros indesejáveis; inúmeros filhos adotivos, algumas vezes acompanhados de suas respectivas irmãs de criação; cadáveres esquartejados e despachados em malas; maridos descuidados que trocam o puro amor de suas esposas pelo amor impuro de outras mulheres, para depois se regenerarem diante do temor de perder a casta esposa; dominós assassinados em terças-feiras de carnaval; pais bêbados que desgraçam suas famílias por amor ao vício; rapazes que se apaixonam por maduras mulheres de cabaré, para depois descobrirem, ao som de um tango, que se trata de suas próprias mães; e assim por diante. Desta torrente não escapam nem mesmo castelos espanhóis e o Padre Anchieta. (GALVÃO, 1975, pp. 58-59)

Galvão cita ainda os documentários "patrióticos", inspirados pela guerra e pelas Revoluções de 1924 e 1930, os policiais baseados em roubos célebres à época, algumas produções "picantes" (como *Depravação*, de Luiz de Barros, 1926, e *Morfina*, de Francisco Madrigano e Nino Ponti, 1927-1928), e os filmes religiosos, com argumentos melodramáticos que reproduziam os dos filmes europeus lançados aqui. Enredos convencionais, ideias moralistas estereotipadas, raso tratamento social e psicológico dos temas abordados, atores especializados em tipos que se repetiam em todos os filmes – "o galã, a ingênua, o vilão, a mãe, o velho, eventualmente o amigo ou amiga do mocinho ou da mocinha, crianças ou criados, todos os diversos agentes moralizantes ou corruptos" (*idem*, *ibidem*, p. 61) que giravam em torno dos personagens principais – entravam na receita básica do cinema nacional. Todavia, apesar dos entraves ao seu desenvolvimento, Galvão afirma que o cinema paulista teve inacreditável vitalidade durante a década de vinte.

Na medida em que o interesse do público e dos cronistas de cinema era ver filmes de enredo estrangeiros, Mário Behring, ansioso para que o Brasil se tornasse um bom mercado

importador, queixava-se do nosso comércio cinematográfico. Em consonância com a trustificação da indústria de cinema norte-americana e a tendência dos grandes estúdios de Hollywood de investir em filmes de luxo e em salas de primeira linha (como já apontamos no caso da Fox), ele afirmava que "o grande problema para o Rio de Janeiro é a construção de grandes estabelecimentos onde economicamente se possam explorar os filmes luxuosos e de alto preço agora produzidos" (apud SALLES GOMES, p. 297), antes que o truste quisesse "ele próprio construir as salas" (SALLES GOMES, *ibidem*). Assim, a iniciativa de Francisco Serrador, principiada em 1923, de construir um quarteirão de salas de cinema luxuosas no centro do Rio de Janeiro, foi bem recebida por Behring. O cinema era visto como fator de progresso, pois, para o grupo de *Cinearte*, a possibilidade de criar imagens era a base da inserção vitoriosa no mundo, como aponta Ismail Xavier (*op. cit.*). As imagens norte-americanas, a sua natureza, os seus tipos físicos, os comportamentos e valores nelas implícitos só passaram a agredir a sensibilidade nacional da revista anos mais tarde, quando o cinema começou a falar. Com a impossibilidade de entendimento estabelecida pela barreira linguística (inicialmente, esses filmes não tinham legenda), a revista passou a se colocar problemas vinculados a padrões nacionais de cultura.

Cinearte sempre esteve consciente do papel que exercia na promoção do cinema norte-americano no Brasil e, como ressalta Xavier, assim como as outras revistas promocionais, não refletiu a disparidade gritante no nível da produção cinematográfica nacional e a dos Estados Unidos. Antes que os leitores comprassem a imagem de Hollywood, a própria revista já o havia feito:

> Longe de representar a iniciativa de um pequeno grupo que procura expor sua visão crítica, em nome da arte ou de novos valores sociais, pondo no banco de réus um determinado modo de exploração dominante da nova técnica, *Cinearte* é a manifestação integral e contraditória da industrialização triunfante e da colonização cultural. (XAVIER, 1978, p. 173)

Galvão (1983) reitera que o padrão de qualidade para o cinema brasileiro era o cinema estrangeiro, ao qual se desejava que nos equiparássemos qualitativamente, como técnica e linguagem, e que não havia a preocupação de que a linguagem cinematográfica tivesse nacionalidade específica. A nacionalidade implicava em mostrarmos o que era "nosso", em transpor para a tela usos, costumes, belezas naturais, acontecimentos e personalidades nacionais, e, assim o cinema brasileiro se realizaria enquanto tal. O desejo de projetar na tela a

imagem do Brasil e dos brasileiros também permeavam o discurso associado ao concurso da Fox, como se vê no trecho abaixo:

> Além dos sentimentos pessoais há o impulso patriótico que ascende, em nós, o desejo, de que patrícios nossos se transportem à terra dos filmes e ali se imponham, como figuras de destaque, entre as grandes personalidades do mundo cinematográfico.[76]

Alçar estrelas patrícias ao sucesso em Hollywood contribuiria para afiançar a imagem do Brasil como uma nação moderna, que nada deixava a desejar em relação aos demais países desenvolvidos. Deve-se ressaltar que esse "impulso patriótico" estava, no entanto, associado a uma determinada imagem do Brasil que se queria ver projetada no exterior. Nessa ordem de ideias, os filmes nacionais deveriam evitar um regionalismo que mostrasse sertanejos, índios, negros, mulatos, pobreza – imagens que nos envergonhariam internacionalmente, dando aos estrangeiros um juízo errado do Brasil e de nossa gente –, revelando nossas belezas naturais e o progresso de nossas metrópoles. Assim, "não custa nada, em matéria de cinematografia, seguir o exemplo do critério norte-americano: apresentar ao público apenas o que temos de bom, belo e bem feito"[77]. Exalta-se o Brasil dos carros, dos aeroplanos, dos salões elegantes, do *fox-trot*, da modernidade e do mundanismo (GALVÃO, 1983).

Esta preocupação com a imagem do Brasil no exterior deu espaço à ideia racista em *Cinearte*, como aponta Salles Gomes, que apresenta o exemplo de uma carta de leitor a respeito do documentário *O Brasil Pitoresco*, de Cornelio Pires:

> Quando deixaremos dessa mania de mostrar índios, caboclos, negros, bichos e outras "avis-rara" desta infeliz terra, aos olhos do espectador cinematográfico? Vamos que por um acaso um destes filmes vá parar no estrangeiro? Além de não ter arte, não haver técnica nele, deixará o estrangeiro mais convencido do que ele pensa que nós somos: uma terra igual ou pior a Angola, ao Congo ou coisa que o valha. Ora vejam se até não tem graça deixarem de filmar as ruas asfaltadas, os jardins, as praças, as obras de arte, etc, para nos apresentarem aos olhos, aqui, um bando de cangaceiros, ali, um mestiço vendendo garapa em um purungo, acolá, um bando de negrotes se banhando num rio, e coisas desse jaez.[78]

Alguns anos mais tarde, em 1929, por ocasião da viagem da carioca Olga Bergamini de Sá, primeira Miss Brasil, para representar o país num concurso internacional de beleza em

---

[76] O concurso da Fox: o coração de nossa mocidade palpita à perspectiva de um destino glorioso. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 8, 24 ago 1926.
[77] *O Estado*, São Paulo, sem data, apud GALVÃO, 1975, p. 58.
[78] *Cinearte*, Rio de Janeiro, 28 abr 1926. Apud SALLES GOMES, p. 310.

Galveston, no Texas, Adhemar Gonzaga escreveria: "Os americanos, o povo, se convencerá que os habitantes do maior país da América não são pretos, e que a nossa civilização, afinal de contas, é igualzinha à deles..."[79]. Segundo Salles Gomes, nos últimos anos da República Velha, o futebol e os concursos de beleza – que, devido ao vínculo com o estrelismo cinematográfico, tanto interessaram Gonzaga – destacaram-se como os temas básicos de nossa propaganda no exterior.

Os filmes eram vistos pela nossa imprensa, por jornalistas como Behring, fascinados pelo fenômeno hollywoodiano no mundo, como importantes instrumentos de propaganda da nação. Segundo publicado no álbum da *Para Todos* para 1925:

> O interesse que o público brasileiro manifesta por coisas do cinema ainda não conseguiu mover os capitalistas do país a implantar essa rendosa indústria entre nós, nacionalizando o mais poderoso instrumento de propaganda até aqui arquitetado pelo engenho humano, e que por isso mesmo encarniçadamente se disputam os mais avançados dentre os povos civilizados[80]

A boa imagem do Brasil deveria ser propagada no estrangeiro através de nossos "filmes de enredo", ou dos "naturais", e o sucesso de dois artistas brasileiros no cinema norte-americano certamente colaboraria para afiançá-la. Salles Gomes cita um artigo da cronista carioca Chrysanthème, publicado em *O Paiz* e reproduzido em *Para Todos* em 1925, no qual ela elogia *Esposa do Solteiro* (Carlo Campogalliani, 1926), mencionando esta questão da opinião sobre o Brasil no exterior:

> Nenhum país como o Brasil se presta mais sobejamente a ser filmado. Pode-se asseverar que ele é essencialmente fotogênico. Porque explorar somente seu sertão e a população deste, ainda inferior, como propaganda dele? *Esposa do Solteiro*, embora filmado parcialmente em Buenos Aires e com artistas italianos "nos mostra a nossa capital debaixo do seu verdadeiro aspecto e no seu mais belo e delicioso prisma. É de fitas dessas que precisamos, aproveitando artistas brasileiros, as nossas obras de arte, as nossas avenidas, todas as nossas riquezas, enfim. Todos somos mais ou menos como o famoso S. Thomé: só cremos no que vemos. E o estrangeiro, então, quando, ralado de inveja, não acredita nem mesmo no que os seus olhos enxergam..."[81]

---

[79] *Cinearte*, Rio de Janeiro, 22 mai 1929. Apud SALLES GOMES p. 310.
[80] Album Cinematographico de Para Todos para 1925, dez 1924 apud SALLES GOMES, p. 302.
[81] *Pata Todos*, Rio de Janeiro, 28 nov 1925. Apud SALLES GOMES, p. 311.

Salles Gomes sublinha que a presença do cinema nacional nas estatísticas e na vida social brasileira no período era ínfima e menciona um texto de *Para Todos* de 1924, que credita a Behring:

> [...] é o cinema no Brasil matéria de mera importação, podendo afirmar-se a inexistência entre nós dessa chamada 7ª arte, é bem de ver que só se preocupa com o que se passa nos centros mundiais produtores de filmes, só trata de artistas estrangeiros, de cenários estrangeiros, de diretores estrangeiros, de operadores estrangeiros.[82]

De acordo com Behring, cerca de 95% dos filmes exibidos no Brasil em 1925 eram norte-americanos. "Os italianos desapareceram e dos franceses e alemães só há 'um lampejo de raro em raro'. Entre os importadores de filmes americanos o Brasil ocupa o 5º lugar, vindo depois do Canadá, Austrália, Inglaterra e Argentina [...]" (SALLES GOMES, p. 302). Já assinalamos que jornalistas como Guilherme de Almeida, Mário Behring e Adhemar Gonzaga eram discípulos do cinema norte-americano, para quem Hollywood era o modelo a ser seguido pelo cinema brasileiro. O interesse de alguns de nossos jornais e revistas pelo cinema nacional aumentou durante a década de vinte, chegando a resultar em campanhas sistemáticas a seu favor, como aponta Galvão (1975). As ideias que começaram a tomar forma em *Cinearte*, ilusórias diante da escassa realidade do meio de nossa produção de filmes, fomentaram uma versão local da política do estrelismo, dando destaque às heroínas e galãs dos filmes nacionais. Nas palavras de Adhemar Gonzaga: "Lembrem-se de que precisamos fazer nomes. Eles, depois, serão a garantia do sucesso de novos filmes"[83].

Para Gonzaga, o cinema hollywoodiano se fundamentava no *scenario* (o roteiro) e na publicidade, cuja base era o estrelismo. Caberia então ao cinema nacional aplicar a política das estrelas de Hollywood, selecionando corpos fotogênicos para a tela e a publicidade fora dela, e colocando em prática a lei dos tipos. No fim da década, Pedro Lima escreveria que "a beleza é toda a base do cinema"[84]. Assim, na realização de *Barro Humano*, de Adhemar Gonzaga, esta tentativa de fabricar estrelas para o cinema nacional foi levada a cabo de forma maciça, como aponta Salles Gomes, "recrutando-se todas as que se encontravam à mão sendo criadas mais algumas para completar uma longa lista de moças bonitas" (p. 337), como Gracia Moreno, Eva Schnoor, Lelita Rosa, Gina Cavalieri, Eva Nil, Carmen Violeta e Estella Mar,

---

[82] Album Cinematographico de Para Todos para 1925, dez 1924 apud SALLES GOMES, p. 302.
[83] *Para Todos*, Rio de Janeiro, 28 ago 1925, p. 40. Apud SALLES GOMES, p. 336.
[84] *Cinearte*, Rio de Janeiro, 24 abr. 1929, p. 8. Apud SALLES GOMES, p. 337.

“às quais foram acrescentadas pelo menos três astros: Carlos Modesto, Paulo Morano e Raul Schnoor” (*idem, ibidem*, p. 337).

O exemplo de Eva Nil – Eva Comello, filha do cineasta Pedro Comello, como já comentamos – é alegórico. Salles Gomes destaca que a maioria esmagadora de seus fãs, “isto é, das pessoas em cujas vidas ela exerceu em determinado momento uma função mítica” (p. 185), nunca viu os filmes do ciclo de Cataguases dos quais ela participou, como *Na primavera da vida* e *Senhorita agora mesmo* (Pedro Comello, 1927). Sua popularidade foi construída pelas fotografias publicadas nas revistas, sobretudo *Cinearte*, fenômeno recorrente, segundo Salles Gomes, que acrescenta que a revista se esforçava “a fundo na publicidade de nossas estrelas e astros potenciais e só não fazia mais por falta de material, motivo de constantes queixas por parte de Pedro Lima, o redator encarregado da tarefa” (*idem, ibidem*). Eva Nil possuía recursos financeiros que lhe possibilitavam prover as revistas de fotos suas tiradas em atelier, propondo sua imagem para a imaginação dos fãs, como escreve Salles Gomes. Em seu afã em promover Eva Nil, perguntando-se, em 1927, se “o nosso povo não tem capacidade para a 7ª arte”, Lima respondeu: “E Lia Torá e Olímpio Guilherme e Eva Nil?” (apud SALLES GOMES, p. 186-187) – segundo Salles Gomes, ser então citada ao lado de Torá e Guilherme, que, após vencerem o concurso da Fox, gozavam de enorme popularidade no país, era de grande importância. Salles Gomes atesta que *Cinearte* dava a Eva um tratamento de estrela:

> Além das constantes fotos, às vezes de página inteira, ela ocupou a capa da revista duas vezes em pouco mais de um ano. A estrela respondia cuidadosamente em papel com o nome impresso – eventualmente remetendo fotografias – às solicitações dos fãs dos mais variados pontos do Brasil e em número crescente. Começaram a chegar cartas de Portugal, da Argentina, do Egito e houve até algumas da França e dos Estados Unidos. Entre seus fãs e correspondentes constantes estavam, além de Pedro Lima, outros jornalistas cinematográficos [...]. Criava-se assim espontaneamente uma pequena rede de publicidade que suscitava novos fãs e novos missivistas [...]. Eva Nil foi assim uma criação de *Cinearte* e a revista não poderia deixar de ficar orgulhosa e consciente de seu papel. (SALLES GOMES, 1974, pp. 185-186)

O autor explica que o conjunto fotografia-fãs-correspondência, engajado no modelo estrelista norte-americano, tinha para a revista um sentido em si mesmo, autônomo em relação aos filmes efetivamente produzidos. Pedro Lima associava o volume de correspondências endereçadas aos artistas nacionais a um progresso do cinema nacional. Adhemar Gonzaga conferia, quase em absoluto, o êxito do estrelismo norte-americano à propaganda, ignorando “a espontaneidade do fenômeno psicossocial em suas origens” (SALLES GOMES, p. 337).

Cinearte acreditava que alavancaria estrelas das acanhadas produções nacionais por meio da publicidade, abrindo espaço a fotografias, textos-legendas, entrevistas, caricaturas e retratos de capa com nossos artistas, chegando a dedicar uma página para texto e fotografias de leitores que quisessem escrever sobre eles.

O moralismo pautava as imagens dos artistas na revista, quando mostrados em suas vidas pessoais, mas, quando apareciam nas cenas dos filmes ou em poses especiais em estúdio, às fotos e às legendas era permitida alguma audácia. Se, em princípio, era gritante a discrepância entre as fotos brasileiras e as dos estúdios norte-americanos, durante a campanha estrelista "tornava-se necessário, às vezes, ler a legenda para estabelecer a distinção" (*idem*, *ibidem*, pp. 341-342). Como resume Salles Gomes:

> A grande ficção mitológica de Hollywood fora construída a partir da realidade, ao passo que para Adhemar Gonzaga e seus amigos tudo ocorre como se coubesse à publicidade criar *de toutes pièce* uma ficção que em seguida deitaria raízes no mundo real: as "estrelas" e "astros" perderiam as aspas. [...] Os fogos e fumaças de artifício fizeram, porém, Adhemar Gonzaga e Pedro Lima mergulhar na *photogenia* e perder pé no problema da interpretação, que haviam começado a penetrar com a "lei dos tipos". (SALLES GOMES, 1975, pp. 337, 342)

Neste capítulo, apresentamos um panorama do cinema brasileiro na década de 1920. Ao contrário de Hollywood, onde o cinema era um negócio estabelecido e que exportava seus produtos para o mundo, como exemplificamos com a trajetória da Fox, aludimos aqui aos entraves a uma indústria de cinema nacional pela qual clamavam os cronistas em nossas revistas. Contextualizamos um projeto de expansão da Fox Film em 1926-1927, do qual fez parte o concurso de beleza fotogênica instaurado no Brasil, e expusemos a cobertura de nossos jornais e revistas a esta iniciativa, enquanto chamamos a atenção para uma ideia de fotogenia vinculada ao estrelismo. No próximo capítulo, trataremos de uma imagem de "latinidade" construída por Hollywood, que abarcava os brasileiros, mencionada nas publicações sobre o concurso da Fox, da incorporação de padrões de beleza e de outros concursos de beleza noticiados pela mídia brasileira naquele biênio.

CAPÍTULO 2

AS BASES DO CONCURSO DA FOX: O ESTEREÓTIPO DA LATINIDADE E A INCORPORAÇÃO DE PADRÕES DE BELEZA

Como expusemos no Capítulo 1, em abril de 1926, jornais e revistas nacionais começaram a noticiar a empreitada do concurso de beleza fotogênica da Fox Film, que pretendia "eleger uma moça e um rapaz brasileiros para trabalharem nos seus estúdios de Hollywood, nos Estados Unidos"[85]. Mencionamos se tratar de um período em que um número relevante de atores latinos fazia sucesso em Hollywood. Caracterizamos o concurso como uma estratégia de publicidade do estúdio no Brasil, mas também como uma tentativa de encontrar artistas para atender o mercado num período em que a Fox colocava em prática um projeto de expansão, para tornar-se uma força dominante na indústria cinematográfica. Neste capítulo, explanaremos que, assim como outros artistas de origem latina, os brasileiros poderiam expressar as características da "latinidade", compreendida aqui como um conjunto de atributos a um complexo de grupos étnico-nacionais, elaborado a partir do olhar dos produtores hollywoodianos.

Ao mesmo tempo, atentaremos à modernização da sociedade nas primeiras décadas do século XX, quando cidades como São Paulo e Rio de Janeiro viveram um momento de grande urbanização. Homens e mulheres passaram a dividir o espaço público da cidade, o que resultou num novo modelo de beleza, que discutiremos aqui, relacionado ao consumo e às ideias de saúde e higiene. Os concursos de beleza, que se difundiram no Brasil nos anos vinte, ajudaram a construir um modelo físico próximo à imagem das estrelas de Hollywood. A influência francesa na cultura brasileira começava a dar espaço à dos Estados Unidos (que era também econômica, dada a vitória norte-americana na Primeira Guerra Mundial).

A cultura popular norte-americana, cujos filmes eram a porta de entrada em nosso país, exercia um fascínio para os brasileiros urbanos. Nossas revistas de cinema, assim como as revistas femininas e um jornal como o *Correio da Manhã*, publicavam fotografias dos artistas dos estúdios hollywoodianos – entre esses, "estrelas latinas" (o termo *Latin stars* aparecia à época em revistas norte-americanas como a *Photoplay*); também, em menor número, de estrelas dos estúdios europeus. Em 1926-27, esses veículos divulgaram ainda

[85] O concurso da Fox-Film. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, p. 2, 20 ago 1926.

outros concursos de beleza, que citaremos aqui, como o do recém-criado Circuito Nacional de Exibidores para eleger a Rainha do Cinema Brasileiro.

2.1. A LATINIDADE COMO SÍNTESE DE IDENTIDADES ÉTNICO-NACIONAIS

As bases do concurso da Fox enumeravam as seguintes condições:

> I – A Fox Film, desejando associar a raça latina aos seus empreendimentos artísticos, abre, no Brasil, o Grande Concurso de Beleza Fotogênica Feminina e Varonil [...]
> II – [...]
> 2) São requisitos essenciais:
> Para a moça – Branca,de sangue latino; de 16 a 23 anos de idade; altura de 1,50 a 1,70 m.; peso de 40 a 55 kilos; pupilas de tonalidade escura, quando fotografadas.
> Para o rapaz – Branco, de sangue latino; idade máxima 28 anos, altura acima de 1,75 m.; compleição robusta e fisionomia alegre; pupilas de tonalidade escura, quando fotografadas.

Os requisitos para a promessa de abrir as portas da glória para moças e rapazes de pele branca e sangue latino são aparentemente simples, porém, racializantes. Eles revelam os regimes de visibilidade, assinalados por estereótipos e estigmas, veiculados nos processos de caracterização de grupos nacionais e étnico-raciais na construção da narrativa hollywoodiana. Para Robert Stam e Ella Shohat (2006), enquanto a América Latina reconheceu sua formação continental mestiça e as discussões sobre identidade nacional no México, no Caribe ou no Brasil (para pensadores como Mário de Andrade, Paulo Prado e Gilberto Freyre) tiveram como premissa a multiplicidade racial, os Estados Unidos, em grande parte, resistiram ao reconhecimento de que a cultura norte-americana também fosse mestiça, miscigenada, híbrida, fundamentando sua visão sobre a identidade nacional em uma "brancura não declarada, mas que não deixou de ser normativa" (SHOHAT; STAM, 2006, p. 348). Assim, esses autores falam em uma "nação americana hegemonicamente imaginada" (*idem, ibidem*, p. 323), de bases eurocêntricas, que dominou a narrativa-mestra das produções hollywoodianas. Segundo eles:

> Enquanto a identidade nacional norte-americana tem sido explicada por meio do prolongamento do personagem puritano inspirado nos fundadores da nação (Perry Miller), ou por meio do impacto da experiência fronteiriça na personalidade nacional (Frederick Jackson Turner e R. W. B. Lewis), ou

> ainda por meio do poder modelador das instituições políticas igualitárias (análise de Toqueville), os teóricos da identidade nacional tenderam a subestimar sua dimensão especificamente racial. Os intelectuais latinoamericanos, ao contrário, tenderam, pelo menos desde o início do século XIX, a conceber a identidade nacional em termos de pluralismo racial. (SHOHAT; STAM, 2006, p. 348)

Antonio Pedro Tota (2000) observa que o cinema, acima de qualquer outro meio moderno de comunicação de massa, divulgou o *American way of life* e que os elementos mais importantes da ideologia do americanismo – a democracia, a liberdade e os direitos individuais (que estão declarados na Constituição), o progressivismo, aliado ao tradicionalismo – foram tracejados na primeira metade do século XX. Mas ele sublinha que "tudo, na verdade, só tinha validade para uma América de brancos, fundamentalistas religiosos, anglo-saxões, anti-comunistas e imperialistas apaixonados" (*idem*, *ibidem*, p. 20).

Tomaz Tadeu da Silva (2000) chama a atenção para o apelo a mitos fundadores na fixação de identidades nacionais e ao conceito de comunidades imaginadas de Benedith Anderson. As identidades nacionais funcionam, em grande parte, por meio de comunidades que precisam ser inventadas, imaginadas, pois não há nenhuma comunidade natural em torno da qual as pessoas que constituem um agrupamento nacional possam se reunir. Para tanto, é preciso criar laços imaginários para "ligar" indivíduos isolados, que, sem eles, não teriam qualquer "sentimento" de possuírem algo em comum. Assim, é essencial a construção de símbolos nacionais. Entre hinos, bandeiras e outros símbolos, destacam-se os "mitos fundadores", que remetem a um momento crucial do passado, em que um acontecimento edificante, executado por uma figura heróica, estabeleceu as bases da suposta identidade nacional. De acordo com Silva, "a narrativa fundadora funciona para dar à identidade nacional a liga sentimental e afetiva que lhe garante uma certa estabilidade e fixação, sem as quais ela não teria a mesma e necessária eficácia" (p. 85).

Stam e Shohat analisam como a dominação patriarcal branca nos Estados Unidos foi velada "em uma linguagem falsamente universalista, naturalizando o poder das instituições e identidades dos homens brancos" (p. 313) e como isso está evidenciado no cinema de Hollywood através de um multiculturalismo reprimido, que ocultou ou camuflou a presença de outros grupos que foram constitutivos da experiência histórica norte-americana. Este mito de fundação monocultural foi construído para americanizar os próprios Estados Unidos e, então, o resto da América (TOTA, *op. cit.*). A partir destas observações, tentaremos compreender aqui o que era ser "branco" e "latino" para Hollywood em 1926.

2.1.1. LATINIDADE E ESTRELAS LATINAS: ESTIGMA E ESTEREÓTIPO

O desejo da Fox de "associar a raça latina aos seus empreendimentos artísticos", que teria estimulado a iniciativa de "procurar novos astros nos países mais representativos da América do Sul: no Brasil, na Argentina e no Chile"[86], pode ser explicado no contexto da década de vinte. Segundo matéria publicada em 29 de abril de 1926 em *A Cena Muda*, a Fox havia "notado o êxito que obtém em cinematografia, não só nos Estados Unidos como em todo o mundo, os tipos latinos"[87]. Ainda segundo José Matienzo, "o tipo latino agrada muito aos diretores norte-americanos, porque é o preferido pelo público, por causa da vida e da graça que sabe dar ao filme"[88].

Isso coincide com o que afirmam Antonio Rios-Bustamante (1992) e Clara E. Rodriguez (2008). Para eles, o período que correspondeu ao apogeu do cinema silencioso e os primeiros anos do sonoro foi a era de ouro dos latinos em Hollywood. Segundo Rios-Bustamente, nos anos vinte, enquanto os latinos foram barrados da esfera financeira e técnica da indústria, a certos artistas foi permitido alcançar a condição de estrelas. Conforme Rodríguez, isso pode ter se devido ao grande contraste nos filmes em preto-e-branco, onde as tonalidades de cor eram menos expressivas, portanto, peles bronzeadas pareciam mais brancas, e ao fato de os primeiros cineastas serem, em sua maioria, imigrantes europeus, que ainda não haviam sido contaminados pelo preconceito étnico-racial dos Estados Unidos[89]. Consequentemente, atores latinos daquela época teriam encarado menos discriminação do que os de períodos posteriores. Sejam quais forem as razões, o significativo é que muitos latinos alcançaram o estrelato em Hollywood e tinham apelo para um grande público. De acordo com a autora, em matérias da *Photoplay* de 1921 a 1934, inúmeras fotos e artigos foram dedicados a "estrelas latinas" (a expressão em inglês *Latin stars* era empregada neste período).

Igualmente, estrelas como Rodolpho Valentino[90], Ramon Novarro[91], Ricardo Cortez[92], Antonio Moreno[93] e Dolores Del Rio[94] estampavam as páginas das publicações brasileiras ao

---

[86] A Fox Film Corporation quer uma atriz e um ator brasileiros: para isso vai abrir um grande concurso de beleza no Brasil. *A Cena Muda*, Rio de Janeiro, v. 6, n. 266, p. 5, 29 abr 1926.

87*A Cena Muda*, Rio de Janeiro, v. 6, n. 266, p. 5, 29 abr 1926.

[88] No concurso da Fox inscreveram-se 1200 rapazes e 840 senhoritas. *Diário da Noite*, São Paulo, 20 dez 1926. Arquivo Pedro Lima, Cinemateca Brasileira.

[89] Essa imigração continua nos anos 1910 e 1920, como mencionamos no capítulo anterior em relação a F. W. Murnau. Eric von Stroheim é outro exemplo disso.

[90] Segredos de um divórcio sensacional: Rodolpho Valentino e Winifred, sua esposa. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 4, 11 abr 1926; Não queremos ser estrelas: uma revolta em Hollywood. *Ibidem*, p. 3; Rodolpho Valentino. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 11, 11 jul 1926; "O querido astro Rodolpho Valentino, ao lado de Agnes Ayres, que com ele figura em *O Filho do Sheik*. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 11, 15 ago 1926; O futuro casal Valentino. *Ibidem*.

lado de astros norte-americanos, como Douglas Fairbanks, Mary Pickford, Gloria Swanson, Harrold Lloyd, Louise Brooks, Hoot Gibson, Mae Murray, Lilian Gish, Lois Wilson, Norma e Constance Talmadge, ou europeus, como Emil Jenning, Pola Negri e Greta Garbo. Em 1926, a *Cinearte* promoveu o Concurso das Meias Lotus, que indagava às concorrentes: "Qual é atualmente o artista de cinema mais querido?". Ramon Novarro, com 1540 votos, e Ricardo Cortez, com 1094, tiveram a preferência das fãs, seguidos por John Gilbert, com 932 votos, e John Barrymore, com 722[95].

Estrelas latinas, em fotos de 1926-1927, do *Correio da Manhã*: à esquerda, acima, Dolores Del Rio, abaixo, Ricardo Cortez; ao centro, Rodolpho Valentino, com Pola Negri (acima) e Ramon Novarro (abaixo); à direita, Antonio Moreno

---

[91] Não queremos ser estrelas: uma revolta em Hollywood. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 3, 11 abr 1926; "Ramon Novarro, o querido astro da Metro Goldwyn, que ocupa um dos mais altos lugares na Cinelândia. Ramon é um grande artista e para isso bastou que fizesse aquele saudoso filme *Fogo... Cinzas... e Nada...*". Moderno Romeo. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 12, 9 jan 1927. Novarro foi eleito o *sucessor de Rodolpho Valentino* pelos leitores da *Gazeta de Notícias* e da *Selecta*, em concursos realizados por estes periódicos após o falecimento do astro italiano. Guilherme de Almeida, em seu livro *Gente de Cinema*, dedica à Novarro o capítulo "O anjo de celulóide": [...] um desses heróis angélicos, inverossímeis, que, apesar de tudo e de todos, são ainda os únicos homens impossíveis, capazes de tornar possível a vida pequena e adorável de uma Annie Laurie de vinte e dois anos... E, como num romance, tudo pode acontecer". ALMEIDA, Guilherme. *Gente de Cinema*: I Série. São Paulo: Sociedade Impressora Paulista, 1929.

[92] A Foto de Ricardo Cortez abria a coluna dominical *No Mundo da Tela*, junto às de Virginia Brown Faire, Gloria Swanson e Raymond Griffith, no *Correio da Manhã* de nove de janeiro de 1927. Cortez foi capa da *Selecta*, ano XII, n. 2, de 12 de janeiro de 1927.

[93] "Antonio Moreno, o famoso ator cinematográfico espanhol". Um ídolo do público. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 11, 11 jul 1926.

[94] Broadway consagra uma nova estrela: *What Price Glory* e o sucesso de Dolores Del Rio. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 12, 9 jan 1927; "Dolores Del Rio, a nova estrela que vimos surgir em *As Melindrosas*, vai posar uma série de filmes para a Fox, que a tomou sob contrato [...]". Dolores Del Rio. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 11, 15 ago 1926.

[95] Cada par de meias trazia uma etiqueta com as perguntas: "qual é atualmente o artista de cinema mais querido" e "com quantos votos vencerá o seu preferido este concurso?". Apurado o resultado, seriam distribuídos prêmios às concorrentes que houvessem acertado o nome do ator e mais se aproximado do número de votos por ele obtido.

A "temporária, porém fenomenal popularidade do *Latin lover*" (RÍOS-BUSTAMENTE, *op. cit.*, p. 21) também favoreceu a promoção do *look latino*. Para Charles Ramírez-Berg (2003), este estereótipo deriva da combinação de características exibidas por Valentino: "erotismo, exotismo, ternura atingida com violência e perigo, tudo resultando na promessa romântica de que, sexualmente, as coisas poderiam muito bem sair do controle" (*idem*, *ibidem*, p. 217). A associação entre o estrelismo no caso dos homens e a prática esportiva na década de vinte, para a qual Heather Addison (2002) chama a atenção, envolvia uma recuperação da masculinidade, especialmente no caso de astros exóticos como Valentino.

O *Latin lover* se diferenciava de tipos característicos como o do aristocrata prussiano orgulhoso e obstinado de Erich von Stroheim (uma construção de protagonista original à época, como um sedutor insensível, encantador e elegante), reafirmado por ele tanto na tela como no comportamento profissional – o tipo de vilão que lhe valeu o apelido de "*the man you love to hate*"; ou como "a majestade americana" Douglas Fairbanks, o artista atlético por excelência[96]. Para Addison, Faribanks, renomado por sua "graça atlética" foi o homem que personificou mais amplamente o modelo do auge da performance física, o ideal do que o corpo humano poderia alcançar se estivesse em movimento constante, eficiente. Desde o princípio de sua carreira em Hollywood, em 1915, ele estabeleceu sua persona na tela como um herói energético, temerário e atlético, de modo que:

> Quando a estética de "movimento constante" de Fairbanks se casou com Hollywood, foi um casamento destinado ao sucesso. Hollywood como um centro nascente de cultura física e os filmes como um meio visual dinâmico estavam predispostos a explorar um homem de exatamente seus talentos. Hollywood era um lugar onde a atividade ao ar livre, o atletismo e a exibição corporal eram apreciados e encorajados. Em adição, a agilidade de Fairbanks o fez unicamente qualificado para explorar as possibilidades do cinema como um meio em movimento. Quando ele estava na tela, não eram apenas a câmera e os frames do filme que se moviam; ele adicionou uma terceira dimensão de arrojado, vigoroso movimento do personagem [...] O atletismo de Fairbanks foi um símbolo potente de masculinidade anglo-saxã, algo que ajudou a contar para sua grande popularidade não apenas entre as mulheres, mas também entre os homens. (ADDISON, 2002)

[96] Ramírez-Berg sublinha que o herói interpretado por Fairbanks em *A Marca do Zorro* (*The Mark of Zorro*, Fred Niblo, 1920) ajudou a construir algumas imagens em relação aos latinos e ao estereótipo do *Latin lover*. Em 1926, uma matéria da coluna "No mundo da tela", do *Correio da Manhã*, queixava-se: "Como [Douglas Fairbanks] é diferente hoje do jovem artista, de anos passados, quando encarnava o rapaz americano, forte, sadio e sempre alegre... Como dão saudades os seus filmes para a velha Triangle – 'Professor de alegrias'... – e os da Paramount, 'Sempre Sorrindo', 'Preso em Marrocos'... etc. Quão diferentes dos seus tipos atuais – francês, em 'Os Três Mosqueteiros', árabe, em 'O Ladrão de Bagdad', inglês em 'Robin Hood' e o espanhol da 'Marca do Zorro'... Prefiro-o ainda como 'Sua majestade o americano', papel que nunca devia de abandonar". *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, 10 mar 1926.

A comoção pública pelo falecimento de Rodolpho Valentino, em 23 de agosto de 1926, é outra prova do interesse nos tipos latinos – embora seja um caso particular, que excedeu a reação a qualquer morte pública semelhante até então; Valentino era frequentemente destacado em cena como objeto do olhar feminino e personificou o poder de atração da imagem erótica, exótica e romântica do *Latin lover*. Ao mesmo tempo em que os jornais brasileiros traziam na capa manchetes sobre o falecimento do "conhecidíssimo astro da tela americana, [...] o nome de maior prestígio no cinema"[97], notas das missas fúnebres em sua homenagem, como a realizada na Igreja da Candelária, no Rio de Janeiro[98], ou, junto aos anúncios, a *Valsa Rodolpho Valentino*[99] e a programação das salas de cinema que exibiam *Os funerais de Rodolpho Valentino em Nova York*, além de notícias de fãs que se suicidaram após o falecimento do astro[100], estes periódicos divulgavam o andamento do concurso da Fox (que ganhou na mídia uma certa conotação de busca por outro Valentino).

Neste contexto, como apontamos no capítulo anterior, embora se tratasse de uma estratégia para popularizar a marca Fox no Brasil[101], o concurso pode ser encarado também como uma tentativa de encontrar "atores étnicos" para atender os mercados internacionais e os diversos grupos étnicos dentro dos Estados Unidos num período em que Hollywood afirmava sua hegemonia global. Denys Cuche (2002) observa que, nos Estados Unidos, os "étnicos" são aqueles que se afastam de alguma maneira da referência de identidade norte-americana. Os WASP – sigla em inglês para "branco, anglo-saxão, protestante" – "escapam por um passe de mágica social a esta identificação étnica e racial. Eles estão fora de qualquer classificação, por estarem evidentemente muito 'acima' dos classificados" (*idem, ibidem*, p. 186). Segundo Silva (*op. cit.*), a hierarquização, advinda dos processos de classificação dos grupos no contato social, resulta na fixação de uma determinada identidade como a norma. As demais identidades são avaliadas em relação a esta, que é normalizada, positivada, eleita como referencial e possuidora de características humanas superiores. Em *White*, Richard Dyer parte

---

[97] A morte de Rodolpho Valentino. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 1, 24 ago 1926.

[98] "A missa de ontem na Candelária esteve concorridíssima". Ainda Rodolpho Valentino. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 3, 2 set 1926.

[99] "Valsa triste e apaixonada de Viúva Guerreiro, inspirada compositora [...]. A valsa Rodolpho Valentino é a valsa... a valsa que comove, que vibra os corações saudosos dos que choram a morte do maior expoente da tela. O maior sucesso da atualidade; ... O recorde das vendas! ... Em 12 dias, 3.136 exemplares..." *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, 1926.

[100] Suicídio de Peggy Scott, *O Estado de São Paulo*, São Paulo, p. 2, 27 ago 1926.

[101] Segundo José Matienzo, o Brasil ocupava posição importante entre os países exibidores dos filmes do estúdio. "A ordem da lista dos nossos exibidores é a seguinte: Estados Unidos da América do Norte, 125 cópias; o Canadá, 15 cópias; o Japão, 5 cópias; o Brasil, 4 cópias; a Argentina, 3 cópias; o Chile, 2 cópias. A Inglaterra imprime positivos para uso próprio e para a França, e a Alemanha imprime positivos para a Itália e a Áustria". No concurso da Fox inscreveram-se 1200 rapazes e 840 senhoritas. *Diário da Noite*, São Paulo, 20 dez 1926. Arquivo Pedro Lima, Cinemateca Brasileira.

da ideia de que, na mídia ocidental, os brancos ocupam uma posição de regularidade – não uma raça em particular, apenas a raça humana. Com base nisto, embora reconheçamos que os anlgo-americanos constituem igualmente uma etnia, chamamos aqui de "étnicos" aos grupos dentro da sociedade norte-americana que não compartilham da identidade de referência WASP (a norma), como é o caso dos latinos.

Norbert Elias e John L. Scotson (2000) chamam a atenção para o diferencial de poder nos quadros sociais. A "figuração" (natureza da interdependência) formada pelos grupos na sociodinâmica da estigmatização é baseada num equilíbrio instável de poder, permeado por tensões que lhe são inerentes. Um grupo só pode, com efeito, estigmatizar outro quando está estabelecido em posições de poder das quais o grupo marginalizado é excluído. O estudo de Elias e Scotson das relações estabelecidos-outsiders atribui papel decisivo ao grau de organização e coesão grupal na relação de forças entre eles, permitindo ao grupo estabelecido afirmar sua superioridade e estigmatizar os outros como inferiores. Graças a esta integração diferencial, o grupo com maior índice de coesão pode reservar para os seus membros as posições sociais com potencial de poder mais elevado e excluir delas os membros dos outros grupos. As fontes de diferenciais de poder estão presentes em vários contextos sociais, mas são muitas vezes encobertas por outras características dos grupos envolvidos na figuração, como a cor e a classe social, ou no âmbito de diferenças étnico-nacionais:

> Os indícios sugerem que, também neste último caso, tais aspectos não se devem às diferenças raciais ou étnicas em si, mas ao fato de um dos grupos ser estabelecido, dotado de recursos superiores de poder, enquanto o outro é um grupo outsider, imensamente inferior em termos do seu diferencial de poder e contra o qual o grupo estabelecido pode cerrar fileiras. As chamadas "relações raciais", em outras palavras, simplesmente constituem relações de estabelecidos-outsiders de um tipo particular. (ELIAS; SCOTSON, 2000, p. 31)

A diferença em sua aparência física apenas torna os membros do grupo estigmatizado mais fáceis de serem reconhecidos como tal, servindo como um sinal de reforço no processo de estigmatização. Para Elias e Scotson, adjetivos como "racial" ou "étnico" são sintomáticos de um ato ideológico de evitação. A relação entre "brancos" e "étnicos" nos Estados Unidos, assim como a deste país com a América Latina, África e Ásia, caracteriza uma situação de dominação econômica, cultural e ideológica. Nos anos vinte, isso se afirmava após o fim da Guerra, frente o ensejo dos Estados Unidos substituírem a Europa como paradigma em todos estes aspectos. A relação de forças e o excedente de poder naquela sociedade aparecem na construção de seus mitos fundadores euro-americanos, protagonizados por heróis brancos,

enquanto a narrativa de formação nacional procurou ocultar o passado vexatório da escravidão negra e a presença problemática de outras etnias. O contato entre os grupos dentro da fronteira norte-americana, bem como nas relações transnacionais, levou à estigmatização dos que foram definidos como "étnico-raciais", enquanto o branco anglo-saxão atribuiu para si o referencial de identidade e uma superioridade social.

Erving Goffman (1975) fala de um sistema de valores comuns na América, revelado numa perspectiva segundo a qual todo homem americano tende a encarar o mundo. Neste contexto, apenas o homem jovem, casado, pai de família, branco, urbano, do norte, heterossexual, protestante, de educação universitária, bem empregado, de bom aspecto, bom peso, boa altura e com sucesso recente nos esportes não teria nada do que se envergonhar. Em contrapartida, qualquer homem que não consiga preencher um desses requisitos, em alguns momentos veria a si mesmo como indigno, incompleto e inferior, "sendo apologético e agressivo quanto a aspectos conhecidos de si próprio que sabe serem, provavelmente, considerados indesejáveis" (GOFFMAN, 1975, p. 139).

Como escrevem Stam e Shohat (*op. cit.*), a narrativa-mestra hollywoodiana afirmou a América branca, legitimando as ligações com a Europa ao construir um retrato simpático do velho continente como terra de origem, em contrapartida às caricaturas da Ásia, África e América Latina como cenários para "proezas audaciosas de exploradores louros e de chapéu de cortiça"[102]. Por meio da estereotipia dos latinos e outros grupos étnicos, ou através dos espaços de não-representação ou invisibilidade das minorias para os quais esses autores chamam a atenção, os filmes de Hollywood revelam "uma atração e repulsão ambivalentes em relação à diferença cultural" (SHOHAT; STAM, 2006, p. 332). Ao contrário dos judeus, grupo que, pela cor da pele, foi assimilado mais facilmente à sociedade norte-americana (o que não significa dizer que não houvesse antissemitismo) e ao qual pertencia grande parte dos pioneiros e futuros magnatas da indústria cinematográfica (como mencionamos no capítulo anterior), povos multiculturais como os latinos e os afro-americanos tiveram pouco poder sobre sua representação e sobre a dos outros grupos.

No entanto, por abrigar grupos étnicos de todo o mundo, os Estados Unidos se estabeleciam como uma sociedade plural, o que oferecia à indústria cinematográfica mercados internos respeitáveis[103] e permitia que Hollywood se valesse desta "legitimidade" para

---

[102] Souto, Gilberto. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 8, p. 5, 1º jun 1933.

[103] Pensando em melhor atender os mercados externos após a transição para o cinema falado, grandes estúdios, como Paramount, RKO, Warner Brothers e Fox, criaram departamentos de filmes em língua espanhola, produzindo, entre 1928 e 1939, mais de cem versões em espanhol de filmes originalmente realizados em inglês,

representar a diferença, reconstruindo na tela uma determinada identidade para esses grupos. Terminada a Primeira Guerra Mundial, os Estados Unidos estavam em condição privilegiada de fazer filmes e exportá-los para a Europa, campo de batalhas, onde os mercados se encontravam devastados. Com isto, ampliou-se o processo histórico de universalização da expressão imposto pelos Estados Unidos e esses (e outros) povos passaram a ser majoritariamente representados pelo olhar norte-americano. Escalar "atores étnicos" para os filmes ajudava a desenvolvê-los junto aos grupos étnicos dentro dos Estados Unidos – um contingente de imigrantes latino-americanos, asiáticos e europeus atraídos pelo sonho americano – além de potencializar o apelo desses filmes em mercados internacionais.

Os brasileiros, como os italianos e espanhóis, poderiam expressar as características da "latinidade", que se baseava em valores físicos e culturais muito vagos. Podemos encará-la como uma síntese, devido à tendência da indústria de "enxergar comunidades espanholas, mexicanas e outras latino-americanas (e talvez as do sul da Europa) como um grande grupo latino" (RODRÍGUEZ, *op. cit.*, p. 28), o que pode ter facilitado a separação psicológica das estrelas latinas de suas identidades nacionais (*idem*, *ibidem*). Do ponto de vista hollywoodiano, todo este complexo de grupos étnicos e nacionais compartilhava um conjunto de atributos que modelavam a latinidade e lhes permitia participar da mesma identidade étnica. Em Hollywood, a tendência naqueles anos vinte era de "elevar e segmentar" (*idem*, *ibidem*). Estrelas como Dolores Del Rio e Ramon Novarro eram vistas como latinas ou hispânicas, e menos como mexicanas, ainda que esta sua origem mexicana fosse notada positivamente. Referenciar-se a eles como latinos ou hispânicos de alta classe pode ter incentivado a visão geral do público, que de alguma forma os diferenciava, ou os segmentava, de suas comunidades nacionais (*idem*, *ibidem*)[104].

A latinidade para Hollywood, mais do que a pertença a grupos nacionais ou étnicos, é uma marca física, em certa medida, um estigma, como Erving Goffman (1975) o define: um traço que se impõe e afasta a possibilidade de atenção para outros atributos do indivíduo[105].

---

empregando um elenco de atores espanhóis e latino-americanos (Ríos-Bustamente, 1992). Lia Torá, a brasileira vencedora do concurso da Fox, atuou, ao lado do patrício Raul Roulien, numa destas produções: *Eran trece* (David Howard, 1931), versão em espanhol de *Charlie Chan carries on* (Hamilton MacFadden, 1931).

[104] Rodríguez observa que tanto Del Rio como Novarro atuaram numa grande variedade de papéis, incluindo europeus de diversos países, mas que não interpretaram mexicanos durante os anos vinte, quando suas carreiras estavam no auge. Segundo Del Rio, ela tentou chamar o interesse de seus produtores para histórias sobre o México e ela queria interpretar uma mexicana, mas eles preferiam escalá-la como uma mulher francesa ou polinésia. Novarro só interpretaria um mexicano em 1949, em *O Cais da Maldição* (*The Big Steal*, Don Siegel), quando já havia perdido há muito seu status de grande estrela.

[105] Todavia, tendo em vista o já mencionado contexto do período, em que ser latino não constituía uma barreira ao sucesso em Hollywood, mas, ao contrário, era um acréscimo, não enxergamos tal estigma como uma

Devido a essa característica diferente que marca o sujeito, ele é recebido de uma forma distinta na relação social cotidiana. Goffman pontua que:

> No estudo do estigma, a informação mais relevante tem determinadas propriedades. É uma informação sobre um indivíduo, sobre suas características mais ou menos permanentes, em oposição a estados de espírito, sentimentos ou intenções que ele poderia ter num certo momento. Essa informação, assim como o signo que a transmite, é reflexiva e corporificada, ou seja, é transmitida pela própria pessoa a quem se refere, através da expressão corporal na presença imediata daqueles que a recebem. (GOFFMAN, 1975, pp. 52-53)

No jogo discursivo de Hollywood, os atributos que transmitem a informação social da latinidade podem ser signos congênitos, como a cor da pele e as características físicas, ou podem ser empregados através de outros não permanentes, como os bigodes e as vestimentas típicas. Eles estiveram também evidenciados nos atores latinos por meio de seu nome, marcador fundamental da identidade. Goffman relaciona o estigma ao que considera "algo básico na sociedade": a estereotipia ou o "'perfil' de nossas expectativas normativas em relação à conduta e ao caráter" (*idem, ibidem*, p. 61). Sua afirmação de que "a estereotipia está classicamente reservada para [...] pessoas que caem em categorias muito amplas e que podem ser estranhas para nós" (*idem, ibidem*) desvenda a questão dos latinos nos Estados Unidos. Ser latino em Hollywood, já assinalamos, é uma classificação bastante ampla e que destoa da identidade nacional anglo-americana, monocultural e hegemonicamente imaginada.

Segundo Charles Ramírez-Berg (1990), o estereótipo exerce um papel importante para os anglo-americanos, pois tem o efeito de reforçar a limpeza, a sobriedade, a sanidade, a decência e a equidade moral do WASP em seu chapéu branco. Em *A crash course on Hollywood Latino's imagery* (2002), ele afirma que, no cinema clássico de Hollywood, nobreza e sacrifício são quase exclusivamente atributos dos WASP (como já se via em *O nascimento de uma nação*, de D.W. Griffith, 1915). Enquanto nestes filmes "toda latina é uma Jezebel" (RAMÍREZ-BERG, 2002, p. 77), ao homem latino era atribuída uma personalidade falha, uma desabilidade física (a apatia, por exemplo), ou ambas, tornando-o de alguma forma incompatível com a heroína, ao contrário do anglo-americano. Contrastando com a América civilizada, a América Latina era representada como um cenário indiferenciado, frequentemente habitado por selvagens, camponeses preguiçosos, *Latin lovers* e mulheres ardilosas.

---

identificação negativa, embora, para Goffman, a estigmatização essencialmente tenha este caráter. Em todo caso, cria-se o estereótipo, que nem sempre traz marcas positivas.

O que há em comum entre os brasileiros a quem a Fox oferecia a glória e *Latin stars* como Valentino, Del Rio, Novarro, Moreno e Cortez é a síntese elaborada a partir do olhar dos produtores hollywoodianos, que visava ampliar a base de comunicação entre os filmes e os públicos nacionais para, assim, incrementar suas fontes de lucro e contribuir para a afirmação hollywoodiana em um plano mundial. A imagem de "latinidade", tal como definida por Hollywood, abrangia artistas de origem latina, ou aqueles que possuíssem um conjunto de atributos físicos que os associasse a esta identidade étnica. Rodolpho Valentino, italiano, ou Antonio Moreno, espanhol, vinham de países que são considerados latinos e eram vistos como *Latin stars*. Todavia, outros europeus, como o austríaco Jacob Krantz, que, quando jovem, imigrou com os pais para Nova York e, a partir de 1923, começou a ser creditado em Hollywood com o nome Ricardo Cortez, eram considerados estrelas latinas.

Impulsionados pela popularidade do *Latin lover*, homens e mulheres aspirantes a estrelas (ou seus estúdios) valiam-se do fato de possuírem biotipos que se adequavam ao *look* latino, ou de bigodes e vestimentas espanholas, mudavam seus nomes para soarem mais latinos, recuperavam antigos sobrenomes de família e parentescos distantes, tudo para enfatizar e capitalizar sua latinidade[106]. "Talvez este fosse o outro lado da identificação latina: a latinidade era inegável e alguém nunca a perderia" (RODRÍGUEZ, *op. cit.*, p. 15, tradução nossa). Rodríguez ressalta que, tanto quanto a maioria das estrelas de hoje e de então, as estrelas latinas foram criadas pelos gênios do marketing da época e, do mesmo modo que outras grandes estrelas daqueles dias, suas vidas privadas eram projetadas como glamourosas e luxuosas.

Mas, na Hollywood que imaginou "uma história monocultural para uma América multicultural" (SHOHAT; STAM, *op. cit.*, p. 315) e que traçou as origens desta narrativa na Europa, latinos de pele escura ou de aparência não europeia geralmente não partilhavam do sucesso. As estrelas latinas tinham aparências que estavam de acordo com o protótipo europeu, ainda que com os padrões do sul e do centro da Europa, mas que visivelmente se encaixavam no que significava ser branco e de elite nos Estados Unidos naquela época (RODRÍGUEZ, *op. cit.*). Noutras palavras, elas deveriam ter peles brancas o suficiente para se passarem por outros estrangeiros (leia-se, europeus) nos filmes (*idem*, *ibidem*). O sentimento de pertencimento à comunidade norte-americana é exclusivista: conferido aos anglo-americanos, ou àqueles indivíduos ou grupos cuja cor da pele lhes afira o poder de

[106] Além do exemplo de Ricardo Cortez, Rodríguez menciona os casos de Raquel Torres, nascida no México e batizada como Whilhelmina Von Osterman ou Paula Marie Osterman, e Don Alvarado, nascido no Novo México com o nome Joe Page.

mascarar a origem étnica e "'passar' para a etnia socialmente aceita" (SHOHAT; STAM, *op. cit.*, p. 329), mas negado aos que, dentro dessa nação, são vistos como não americanos. Todo este discurso da brancura, de uma diversidade reprimida e não tolerada, fica evidente nas bases do concurso da Fox, que dizia aos brasileiros que o sonho da glória em Hollywood era possível... Para os brasileiros que se encaixassem naquele padrão (ao qual os vencedores, Olympio Guilherme e Lia Torá, correspondiam).

Marginalizados pelos códigos narrativos e cinematográficos, afastados do centro da cena e sem o poder de se representar na tela, os "morenos", quando escalados, eram relegados a papéis coadjuvantes ou de extras. Mesmo os latinos com peles mais brancas, capazes de aparentar outra identidade étnica nos filmes, não tinham este poder de se representar. Hollywood os manteve em seu lugar de estigma e não deu visibilidade à polifonia cultural daquele conjunto de grupos étnico-nacionais por não se interessar que os artistas latinos, dentro de uma narrativa-mestra anglo-americana, exibissem outras imagens, senão a que o sistema havia construído para eles. Como assinala Rodríguez, apesar do sucesso das estrelas latinas e da abertura para nomes, antecedentes e temas latinos, este período produziu filmes que incorporaram caracterizações estereotipadas: da imagem romântica e erótica do *Latin lover* aos caipiras, mulheres ardilosas e bandidos, que contrastavam com a inteligência inata e a equidade moral do herói anglo-americano superior (RAMÍREZ-BERG, 1990).

2.1.2. A AMÉRICA WASP E A IMAGEM DA AMÉRICA LATINA: RELAÇÕES DE PODER

Ademais, a perspectiva racializante do concurso da Fox estava em consonância com as teorias do branqueamento, que naquele período pautaram as tentativas de definição da nossa identidade nacional (*Retrato do Brasil*, de Paulo Prado, é publicado em 1928[107]), e com a visão dos Estados Unidos sobre sua identidade nacional. Tota (*op. cit.*) indica que o americanismo foi elaborado para americanizar os próprios Estados Unidos, através de uma "política pedagógica e disciplinadora carregada de preceitos da moral protestante anglo-saxônica de uma elite branca" (p. 36) e, então, o restante do continente. Maria Lígia Coelho Prado (2000) ressalta que os Estados Unidos completavam a conquista do Oeste no final da

[107] O pequeno volume se abria com a frase "Numa terra radiosa vive um povo triste" e defendia o branqueamento do habitante do Brasil. Prado também lamentava que: "Nesta terra, em que quase tudo dá, importamos tudo: das modas de Paris – ideias e vestidos – ao cabo de vassoura e ao palito". Apud SKIDMORE, Thomas. *O Brasil Visto de Fora.* São Paulo: Paz e Terra, 1994, p. 81. Importávamos igualmente o cinema e suas estrelas.

primeira metade do século XIX, preparando-se para a expansão além de suas fronteiras nacionais.

Ricardo D. Salvatore (1998) pondera a natureza representacional do encontro pós-colonial, voltando-se para a construção da "América do Sul" como um campo de entrosamento da América do Norte. Para ele, é possível pensar no império informal norte-americano (no sentido de exercer um poder hegemônico no continente), construído em torno de 1890-1920, "como uma coleção de discursos diversos, múltiplas mediações ou agentes, e várias, e às vezes, contraditórias representações" (*idem, ibidem*, p. 70). Neste imaginário diverso, a região era vista:

> [...] como um mercado de grande potencial, como um experimento impressionante em mistura racial e republicanismo, como um alvo para colonização missionária, como um reservatório de "evidências" para as ciências naturais, como o terreno para a regeneração da "humanidade", e assim por diante. (SALVATORE, 1998, p. 72)

De acordo com Salvatore, nas imagens e textos produzidos sobre esta América – a do Sul – e que circulavam com as representações da região, a América do Norte era situada como um território estrangeiro, emissário da paz, do comércio, do progresso, da modernidade, da masculinidade, etc,, enquanto práticas representacionais, como esboços, pinturas, fotografias, plantas, relatos e coleção de espécimes naturais, exprimiram as impressões dos recursos naturais, dos habitantes, costumes, instituições e crenças da "América do Sul", em enunciações e textos simplificados sobre seu significado. Ao mesmo tempo, a recepção, pela ciência e pelo público norte-americano, das construções sobre esta outra América dependeu das instituições e práticas que organizaram a circulação e exibição desses textos e imagens. O "complexo exibicionário" (nas palavras de Tony Bennet, citadas por Salvatore) de museus, feiras mundiais e exibições fotográficas, além das revistas ilustradas, livros de viagem, mapas e guias, "serviram para circular a safra representacional do entrosamento imperial, talhando-a convenientemente para um público norte-americano em expansão" (SALVATORE, p. 75).

Tota fala de uma imagem feminina elaborada desde o final do século XIX pela imprensa norte-americana para representar a América Latina. Segundo ele, foram publicadas diversas caricaturas nos jornais, nas quais a América Latina era sempre representada por uma mulher e os Estados Unidos, por Tio Sam. A imagem criada para os latino-americanos se opunha à do homem branco, protestante, sempre mencionado como condutor do progresso na luta contra a vida selvagem. "Segundo essa concepção, ao sul do rio Grande estava a América dos índios, dos negros, das mulheres e das crianças. Uma América que, via de regra, precisava aprender

as lições do progresso e do capitalismo para abandonar essa posição 'inferior'. Uma América que, em última instância, precisava ser domesticada" (TOTA, 2000, p. 30).

Estas enunciações contribuíram para legitimar a presença dos Estados Unidos e a expansão dos negócios norte-americanos na região. A invasão militar, a anexação territorial e o governo colonial direto não constituíam alternativas viáveis na América do Sul. Assim, como pontua Salvatore, os "'imperativos de razão e conquista' precisaram ser substituídos pelos argumentos de conhecimento, persuasão e mercados" (p. 81). Assim:

> Por volta de 1910-1915, quando o Pan-Americanismo transformou o significado da Doutrina Monroe numa ideologia de cooperação mútua entre os Estados americanos, uma multiplicidade de argumentos se juntaram para dar suporte ideológico para uma nova forma de entrosamento entre os Estados Unidos e as repúblicas do sul. Produtores textuais apresentaram a região como um território de investimento lucrativo potencialmente para o capital norte-americano, um mercado em crescimento para os bens e serviços norte-americanos, um receptáculo para a moralidade excedente dos reformistas norte-americanos, um território para colonização missionária e um campo de pesquisa para uma variedade de disciplinas norte-americanas. Foi nesta época que a América do Sul tornou-se um "continente de oportunidade" e também uma terra de "cidades perdidas" e "velhas glórias", uma síntese contraditória de futuras oportunidades de mercado e retardamento corrente. (SALVATORE, 2003, p. 81)

Maria Lígia Coelho Prado observa que o pan-americanismo, almejando a unidade das nações, estabeleceu-se como discurso para garantir os crescentes interesses econômicos e estratégicos dos Estados Unidos no continente (denegando o direito de intervenção dos países europeus no território e divergindo em muito do ideal originalmente bolivarista, que pretendia a igualdade entre os Estados americanos). Os primeiros encontros entre os norte-americanos e a América do Sul constituíram o legado que a via como uma terra em um estado perene de infantilidade, incapaz de atingir a maturidade política necessária para sustentar governos estáveis e democráticos, uma região com atípica mistura racial, diferentemente da América do Norte. A instabilidade política e a miscigenação seriam responsáveis pelo preocupante "retardamento" econômico e falta de "civilização" da região (SALVATORE, *op. cit.*)[108].

Segundo Prado, a emergência e a difusão do pan-americanismo no início do século XX calharam com uma mudança de comportamento pela imprensa, pelas editoras, universidades e museus dos Estados Unidos em relação à América Latina, havendo "como que uma explosão

[108] Entretanto, segundo o autor, estes argumentos, empregados no século XIX, perderam força e começaram a ser questionados no início do século XX, graças a um ativo ajuntamento de informações na região, à projeção de novas preocupações com questões sociais e à expansão da filantropia científica.

de representações visuais e escritas" (p. 331) naquele país sobre a América Latina, que passou a vigorar mais frequentemente em livros de história, de viagens e aventuras, e em reportagens de revistas populares. Num momento em que o consumidor era o "novo herói do cotidiano estadunidense" (*idem*, *ibidem*), a ser persuadido, as ideias pan-americanas se valeram das novas tecnologias de ver (como a fotografia) e dos novos agenciamentos da ciência num período de expansão capitalista norte-americana. Segundo Salvatore:

> Entre 1890 e 1930, alguns países na América do Sul – mais notavelmente Argentina e Brasil – integraram suas economias ao circuito de bens do norte, recebendo quantidades crescentes de bens norte-americanos em troca de suas exportações primárias. Como resultado, a América do Sul tornou-se uma consumidora fascinada com os bens e a cultura norte-americana, madura o suficiente para se casar com o capital e a cultura norte-americana. Países poderosos como Brasil e Argentina – cada um com forças militares respeitáveis – haviam ido além: eles haviam atingido a maturidade. (SALVATORE, 2003, p. 83)

2.2.O DISCURSO SOCIAL SOBRE OS CORPOS MODERNOS

Dias após a divulgação das bases do concurso, *O Estado de São Paulo* publicou uma nota, comentando seus requisitos essenciais. Segundo o jornal:

> A Fox [...] não faz questão de classe ou de posições, o essencial é que a beleza da moça ou do rapaz seja fotogênica. [...] A cor do sangue, azul ou vermelha, pouco importa, desde que a pele seja branca e seus ascendentes latinos. Assim, as portas da glória estão abertas para todos que reúnam tais requisitos.[109]

Sob o título "Quem é fotogênico", outra nota, publicada em dez de setembro no *Correio da Manhã*, procurava ampliar o imaginário sobre as belezas fotogênicas que a Fox buscava e, assim, incentivar mais inscrições. Entretanto, mostrava-se também pouco objetiva:

> Há quem pense que ao concurso aberto pela Fox Film para a escolha de uma moça e de um rapaz que desejam seguir a carreira cinematográfica, só devem se apresentar verdadeiros tipos de beleza feminina e masculina. Não há tal. Todas as fisionomias simpáticas, todos os rostos que agradam se admitem nesse concurso, principalmente os que tem irrecusáveis qualidades fotogênicas. Tem assim o concurso uma amplidão muito maior e abrange número considerável em todo o Brasil [...].[110]

[109] O concurso da Fox. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, p. 5, 3 set 1926.
[110] Quem é fotogênico. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 7, 10 set 1926.

Exigências como "beleza fotogênica" (discutimos este conceito de fotogenia, transformado em critério de estrelismo, no capítulo anterior) e "sangue latino", termos como "fisionomias simpáticas", "rostos que agradam" e "qualidades fotogênicas" soam vagos, ou mesmo controversos neste contexto, a princípio; todavia, os requisitos do concurso mostram-se rígidos e limitantes. A nota do *Correio da Manhã* se encerrava restringindo a "amplidão" do certame e o "número considerável" de candidatos ao fator da idade. Já *O Estado de São Paulo*, além da "pele branca", reforçava que:

> [A moça] não tenha menos de 16 anos nem mais de 23, não seja de altura inferior a 1 metro e 50, nem superior a 1 metro e 70, não pese menos de 40 quilos nem mais de 55; que [o rapaz] tenha uma compleição robusta, mais de 1 metro e 75 de altura, menos de 28 anos de idade. [111]

Propondo-se a analisar a relação entre cinema e cultura física, Heather Addison (2002) aponta que, durante o século XX, o cinema e as revistas populares apresentaram imagens de corpos masculinos e femininos jovens, esbeltos, bem torneados. Ela deduz que o cinema possui alguma responsabilidade sobre o interesse moderno pelo controle de peso, pois, à medida que esta mídia se proliferou, a cultura física tornou-se mais habitual. Nessa ordem de ideias, além dos contornos do estereótipo de uma estrela latina na Hollywood da década de vinte ("pele branca", "ascendentes latinos", "pupilas de tonalidade escura quando fotografadas"), encontramos nas entrelinhas do concurso da Fox a afirmação do ideal físico das "belezas patrícias"[112] da época, que tentaremos identificar aqui.

2.2.1. A FINA FLOR DA FORMOSURA: HISTORICIZANDO PADRÕES DE BELEZA

Segundo Addison, a tendência do cinema comercial de glamourizar corpos esbeltos e musculosos e de marginalizar corpos pesados, uma abordagem evidente desde 1926[113], apresenta-se como prova da influência do cinema sobre a cultura física. Considerando as

---

[111] O concurso da Fox. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, p. 5, 3 set 1926. Outras matérias que convocavam "todos os brasileiros" a participar do concurso da Fox reafirmavam estes mesmos requisitos condicionantes.

[112] Grande concurso de beleza fotogênica feminina e varonil: uma inteligente iniciativa do Sr. William Fox – as bases do concurso; *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 3, 19 ago 1926; Quem quer ser artista da Fox? As bases do concurso no Brasil, *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 27, p. 5, 1º set 1926.

[113] "Os filmes, que estabeleceram estandartes de beleza para mais gente e num grau muito maior que o palco, enfatizaram a leveza, a esbelteza num alcance tal que qualquer outro tipo de figura parece estranhamente supernutrida para os olhos norte-americanos" BRODY, Catherine. *Wholesale murder and suicide*, 1926. Apud ADDISON.

bases do concurso, a imagem da "fina flor da formosura, do encanto e da graça da gente do Brasil"[114], que deveríamos mandar para Hollywood, parece estar em consonância com o modelo de apresentação corporal dos anos vinte descrito por Mônica Raisa Schpun (1999). Em primeiro lugar, verificamos que tal modelo de beleza está ligado à juventude: a moça deveria ter de 16 a 23 anos de idade e o rapaz, idade máxima de 28 anos.

Addison ressalta que, após a Primeira Guerra, os Estados Unidos experienciaram o que o historiador Frederick Lewis Allen descreveu como "uma revolução nas condutas e na moralidade", empreendida, principalmente, pelos jovens. "As mulheres começaram a usar saias curtas, fumar cigarros e beber álcool, e os sexos se confraternizavam abertamente em automóveis, bares e cinemas" (*idem*, *ibidem*, p. 19). No Brasil, o período entre as últimas décadas do século XIX e os anos 20 marcou-se por um amplo crescimento urbano de metrópoles como Rio de Janeiro e São Paulo, que passou a constituir o centro econômico do país e, juntamente com a capital, também um importante núcleo de cultura. Além da reestruturação da esfera cultural, a modernização da sociedade e a ocupação do espaço urbano provocaram uma reorganização do comportamento e das formas de apresentação corporal. A urbanização exigiu uma nova cultura física, que organizava a presença dos homens e mulheres no espaço coletivo da cidade e marcava a diferença entre os gêneros e os grupos sociais.

Neste contexto, Schpun observa que:

> A glorificação dos jovens, portadores de um destino promissor, não é fenômeno exclusivo do Brasil. O trauma da Grande Guerra e o desejo de ultrapassá-lo provocam, especialmente no velho continente, essa combinação entre as imagens de juventude e de renovação, oposta à dupla velhice decadência. Reforçando o conflito de gerações e a marginalidade dos idosos, essa ideologia do novo e da mudança – "mudança" que se refere a acontecimentos sempre positivos – procura romper com tudo que possa lembrar o passado, a partir de agora carregado de negatividade. E essa valorização da mocidade manifesta-se de vários modos: nos investimentos feitos para formar a juventude sobre bases diferentes – às vezes mesmo diametralmente opostas – daquelas que educaram as gerações anteriores, e, além disso, na promoção da imagem irradiante e otimista do jovem a modelo social generalizado. (SCHPUN, 1999, pp. 31,32)

Assim, o discurso da época associava os jovens ao futuro da nação e as antigas gerações, ao seu passado – possivelmente, de forma mais ampla, ao passado decadente do

[114] Grande concurso de beleza fotogênica feminina e varonil: uma inteligente iniciativa do Sr. William Fox – as bases do concurso; *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 3, 19 ago 1926; Quem quer ser artista da Fox? As bases do concurso no Brasil, *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 27, p. 5, 1º set 1926.

tradicional berço cultural das elites brasileiras, a Europa, simbolizado pela Primeira Guerra Mundial, e que deveria ser suplantado. O século XIX marcou a presença do modelo francês no Brasil, enquanto nosso país, que ainda não se livrara da escravidão, era visto pela França como uma irmã latina. Com a Grande Guerra, tem-se uma inflexão neste sistema de representações cruzadas e começa o declínio da influência francesa no Brasil. À época, ainda era comum encontrar em nossos jornais e revistas palavras, expressões ou frases escritas em francês, mas, como observa Tota (*op. cit.*), o tradicional afrancesamento da sociedade brasileira começava a cair em desuso e viveríamos uma mudança de paradigma para a americanização, sobretudo a partir da década de trinta.

Segundo o autor, os anos vinte apontaram uma tendência de crítica aos estrangeirismos, presentes, por exemplo, nas crônicas e poesias de Juó Bananére ou nas canções de Lamartine Babo e Noel Rosa, indicando uma postura de resistência da nossa cultura popular num momento em que os meios de comunicação potencializavam as influências estrangeiras. Igualmente, Prado (*op. cit.*) afirma que, embora oficialmente o governo brasileiro aceitasse a liderança continental dos Estados Unidos, havia no país vozes de oposição que apontavam as intenções norte-americanas de dominação econômica e política. No entanto, para os setores da nossa sociedade, a Europa liberal passava a ser relacionada com passadismos, enquanto a modernização vinha da América do Norte (TOTA, *op. cit.*).

Prado menciona a confluência entre o nascimento da república brasileira, a proposição do pan-americanismo pelos Estados Unidos e o crescente interesse "científico" naquele país por conhecer o Brasil e a América Latina. Os Estados Unidos logo reconheceram o novo regime político brasileiro, o que incentivou nossa política externa a se aproximar do irmão do norte. Segundo a autora, se isto não ocasionou a abdicação das ligações com a Europa, articulou, todavia, as novas bases de uma "identidade continental", que afiançaria um alinhamento do Brasil com os Estados Unidos. As ideias do pan-americanismo angariaram em nosso país fervorosos defensores, entre políticos e intelectuais. Joaquim Nabuco, ministro e primeiro embaixador brasileiro nos Estados Unidos, declarou: "Se os Estados Unidos constituíam o exemplo mais bem-acabado de república presidencialista, nada mais natural do que a liderança norte-americana em um continente republicano e presidencialista" (apud PRADO, p. 329).

Em março de 1927, *A Cigarra* trouxe uma matéria enaltecendo "A beleza das norte-americanas". O autor iniciava o texto observando "a nota de grandeza desse povo no que diz

respeito à indústria, à ciência e à educação" e seguia elogiando a modernidade ianque: "há quem professe detestar Nova York. Por mim, confesso que é uma das cidades que mais admiro". Esta América do progresso e do empreendedorismo afirmava-se para o autor como o modelo de civilização e a beleza de suas mulheres entrava nesta negociação como um componente de destaque:

> É interessante notar como não se encontra viajante que, indo a Nova York pela primeira vez, não seja forçado a aludir à beleza de suas mulheres. Em toda parte, há bonitas e feias. Mas em parte alguma – pelo menos das muitas que eu tenho visto – a porcentagem das bonitas é maior que aí. Jules Huret, grande viajante, e viajante que sabia observar, falava da Quinta Avenida como um passeio de deusas: "*une promenade de desses*". Escrito por um francês – esse elogio tem muito valor. [...] Eça de Queiroz, que sabia o valor das palavras, alude à "beleza extrema" das mulheres de Nova York.

No trecho acima, o autor menciona o comentário positivo de um francês (já assinalamos que a França começava a ser preterida como referência no Brasil) a respeito das mulheres norte-americanas, para legitimar este modelo de beleza vindo da América do Norte. E continuava:

> Poucos espetáculos há talvez tão esplêndidos como o de uma tarde de primavera, na Quinta Avenida, à hora em que os escritórios se fecham: das 5 às 7. [...] A Avenida, larga e imensa, enche-se de moças. Uma tagarelice, uma garrulice infinita pelas calçadas. Corpos ágeis e elásticos, de gente dada ao *sport*... Uma alegria transbordante. Risos e sorrisos por toda a parte. Tem-se a sensação de rolar num rio de beleza, de graça, de mocidade...[115]

A juventude, "pátria do amanhã" (SCHPUN, *op. cit.*, p. 33), surge então como a metáfora ideal para o futuro em construção (*idem*, *ibidem*). Assim, não nos surpreende que o cinema, ou, mais especificamente, a glorificação na tela, fosse tratada pela imprensa como "o sonho da mocidade de hoje"[116], vinculando o estrelismo à juventude. Schpun constata o predomínio não somente de jovens, mas também de senhores de aparência juvenil na imprensa feminina neste período e atenta para o discurso da época, que criticava, ao mesmo tempo em que corroborava, as "mulheres mundanas, urbanas e 'rejuvenescidas' dos anos vinte" (*idem*, *ibidem*, p. 88).

---

[115] A beleza das norte-americanas. *A Cigarra*, São Paulo, ano XIV, n. 297, p. 35, 2ª quinzena mar 1927.
[116] Quem quer ser artista da Fox: Cresce espantosamente o número de candidatas. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 9, 5 out 1926.

A vida urbana provocou a exclusão das pessoas idosas em prol da juventude, cujos traços passaram a se fazer mais presentes na vida social. Esta disposição afetou também a apresentação física masculina, como observamos nas bases do concurso da Fox, mas subjugou as mulheres mais severamente. Segundo Schpun, "o avanço da idade parece suscitar mais sofrimento às mulheres que aos homens" (p. 100). Enquanto os senhores mais velhos conservaram sua função social relacionada às responsabilidades produtivas, o papel social da mulher recaiu na capacidade de seduzir, daí o aumento de importância de uma cultura da beleza que, acima do espiritual e moral, valorizava a percepção física (*idem*, *ibidem*). As jovens passaram, assim, a ocupar um lugar social privilegiado, pois preservavam o potencial de sedução. "Sobre as outras, as representações da época guardam o mais estrito silêncio. [...] as referências às senhoras são muito raras, inclusive nas representações literárias" (*idem*, *ibidem*, p. 103). O trabalho cotidiano dedicado à conservação das qualidades físicas da juventude tornou-se um elemento constitutivo da identidade feminina e pautou a adesão das mulheres ao esforço metódico com os cuidados da beleza (*idem*, *ibidem*).

A aparência jovem é, deste modo, a primeira imposição do ideal de beleza que procuramos expor aqui; a beleza e o poder de atração femininos estão condicionados a ela[117]. Como observa Schpun, "a feiúra, tanto quanto a velhice, é fonte de infelicidade para as mulheres; todos os esforços devem ser empregados para apagar ou ao menos atenuar sua presença" (p. 89). Ademais, o discurso do período associava do mesmo modo a ideia de beleza à higiene e ao cuidado com a saúde (MALUF, MOTT, 1998), como pode ser atestado em diversos momentos na imprensa feminina. Um anúncio de comprimidos Icherina de Urotropina, "desinfetante interno geral e, especialmente das vias urinárias e biliares", publicado em 1926 na revista *Fon Fon*, trazia a imagem de uma mulher jovem que se olhava no espelho, com braços e colo descobertos, aparentemente se maquiando. O texto intitulado "A beleza é a consequência da boa saúde" alegava que:

> Não basta atender só aos detalhes externos para conservar a juventude, a beleza e um aspecto simpático e são. Para ser bela e alegre é preciso manter em perfeito funcionamento o organismo, defendendo-o contra as

[117] Isto é um tema constante da propaganda veiculada à época nas revistas femininas. Em *A Cigarra*, temos: "Ser bela, ter uma cutis mimosa a exalar o perfume e a frescura da mocidade; ser bela, trazendo nas faces lindas a fragrância da juventude e nos lábios o sorriso de quem não envelhecerá jamais, é o ideal da mulher. E este ideal está em usar o CUTISOL – REIS, o único produto de beleza de fama mundial, que não irrita a pele e que é aconselhado pelos mais notáveis médicos. É o melhor fixador de pó de arroz". Beleza? *A Cigarra*, ano XIV, n. 289, p. 26, 2ª quinzena nov 1926.

> enfermidades e infecções intestinais, tão comuns, como conseqüência dos excessos alimentares, bebidas, sorvetes, etc.[118]

Um anúncio de sabonetes "para banho e para toilette" do Laboratório Oliveira Júnior publicado em *O Malho* discorria no mesmo sentido, atraindo as mulheres com os dizeres garrafais "apareça bela em todos os momentos" e atestando que:

> Não é vaidade o desejo de querer ser bonita, conservando a pele do rosto e do corpo em boas condições: limpa, macia, alva, sem espinhas, cravos ou manchas e outros males que tanto enfeiam a pele. Não é vaidosa aquela que procura corrigir o que de desagradável e feio se nota numa pele que, pela ação do tempo, por descuido ou por negligência, pode se agravar e tornar a fisionomia alterada, antipática e feia.[119]

Se os discursos higienistas difundidos à época identificavam a beleza à aparência saudável, isto nos remete novamente ao trabalho de conservação da juventude, pois, "ser saudável significa, entre outras coisas, ter a pele, a barriga e os seios firmes, a tez rosada" (SCHPUN, *op. cit.*, p. 100)[120]. A nascente indústria de cosméticos, o interesse inédito dedicado à prática de esportes (que moldava a compleição robusta dos rapazes) e a moda foram subsídios para este movimento de supressão do velho e afirmação da juventude, que tornou imperativa a manutenção dos signos da aparência jovem (*idem*, *ibidem*).

Mas é perceptível que os discursos dirigidos à mulher procuravam normatizar sua adesão a tais artifícios, bem como a exploração da sensualidade em sua apresentação física, instigando a cultura da beleza, ao mesmo tempo em que tentavam restringir um trabalho de preparação dos corpos femininos que lhes parecesse excessivo. As mulheres "mundanas" e "artificiais", que recorriam demasiadamente à moda, aos cosméticos e a um comportamento corporal estudado, eram alvo de censura (*idem*, *ibidem*). Os excessos de coqueteria e de vaidade feminina ganhavam conotações negativas, revelando o temor de uma sociedade preocupada em manter as prerrogativas masculinas nos rituais de conquista – "sobretudo no olhar sem reciprocidade que os homens ainda pousam sobre as mulheres" (*idem*, *ibidem*, p. 97) – de que estas se apropriassem do seu potencial de sedução. Como escreve Schpun:

---

[118] *Fon Fon*, Rio de Janeiro, ano XX, n. 34, 21 ago 1926.
[119] *O Malho*, Rio de Janeiro, ano XXV, n. 1250, p. 33, 28 ago 1926.
[120] "[Seios] Firmes, desenvolvidos ou reduzidos. Resultados depois de 3 tratamentos. Visite a Academia Científica de Beleza, que encontrará sempre senhoras já tratadas ou em tratamentos que confirmam os sérios resultados." *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 45, p. c4, 05 jan 1927.

> Uma mulher maquiada demais pode ser confundida com uma prostituta; por outro lado, uma mulher que pode exibir um rosto bem maquiado diferencia-se da maioria das outras pelo seu bom gosto, mas também pela ostentação da disponibilidade de tempo e dinheiro. Empregada na medida justa, a maquiagem torna-se signo de distinção e de refinamento. (SCHPUN, 1999, p. 93)

Em consonância com o discurso do "natural" no uso da maquiagem, a Perfumaria Mendel valeu-se da empreitada da Fox para apregoar seus cosméticos. "Desejando contribuir para o sucesso do concurso cinematográfico organizado pela Fox-Film", a empresa oferecia "um prêmio de 1.000$000 [Réis] em moeda corrente à senhora ou senhorita que sair vencedora do concurso", e aconselhava às concorrentes:

> Antes de posar para este importante concurso, aumente os atrativos de seu rosto usando: pó de arroz *Revelações do Harem* que alvejará a sua cútis, aformoseando-a, sem deixar qualquer vestígio de haver sido usado algum artifício para tal fim. Rouge *Mendel* que dará à sua cútis uma delicada tonalidade, que parecerá perfeitamente natural, e o lápis para lábios *Mendel* que desenhará perfeitamente os contornos de seus lábios, e não escorregará, evitando assim essas manchas de diversas tonalidades que afeiam tantas bocas bonitas. Aumentará assim as suas probabilidades de sucesso na difícil prova.[121]

Igualmente, noutro anúncio da Perfumaria sob o título "Concurso da Fox-Film", afirmava-se que o Pó Graseoso Mendel "é o preferido pelas mais distintas artistas do nosso teatro, porque alveja e branqueia instantaneamente a cútis, sem deixar o menor vestígio, perfumando, ao mesmo tempo, delicadamente a cútis"[122]. Aqui, aparece o segundo pilar do modelo de beleza do período: a pele branca, requisito essencial para inscrição no concurso.

Como já assinalamos, para que artistas latinos alcançassem o estrelato no cinema norte-americano, era impreterível ter a pele branca. A ótica reinante no Brasil do final da década de vinte, impregnada pelo ideal de branqueamento, também colocava na berlinda mestiços e negros. Ao imaginário nacional que identificava o Brasil como um país jovem, destinado ao futuro, oposto ao velho mundo do pós-guerra, correspondia o modelo da juventude (forte, robusta, saudável, ativa, resistente, bela) e da brancura. Nossa elite, contaminada pelo arianismo europeu, ansiava pela diluição das raízes africanas e dos traços

---

[121] Concurso da Fox-Film: prêmio de 1:000$000. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 36, p. 37, 3 nov 1926. "Tendo encerrado o Concurso da Fox-Film, no dia 21 do corrente, a Perfumaria Mendel tem o prazer de comunicar às simpáticas concorrentes que a Senhora ou Senhorita que resultar a vencedora do importante certame deverá ter a fineza de honrar a Perfumaria Mendel com a sua visita para receber o prêmio de 1.000$000 – que será pago em seus escritórios à rua Marechal Floriano n. 10." Concurso da Fox-Film. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 39, p. c3, 24 nov 1926.

[122] Concurso da Fox-Film. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 39, p. c3, 24 nov 1926.

da negritude num processo de branqueamento que aperfeiçoaria a imagem de progresso da sociedade brasileira (SCHPUN, *op. cit.*)[123].

As tentativas de definição da nossa identidade nacional naqueles anos tinham em Oliveira Viana um de seus maiores expoentes. Conforme sua teoria, corroborada pelas elites nacionais, a miscigenação gradualmente levaria ao "clareamento" da população brasileira. As teorias do branqueamento tiveram sequência nas ideias de Paulo Prado, que publicou, em 1928, *Retrato do Brasil*, como mencionamos anteriormente. Schpun sintetiza o quadro da época, examinado por autores como o historiador norte-americano Thomas Skidmore:

> De fato, o efeito visível de "clareamento" da população justifica de modo otimista as teorias raciais produzidas por certos intelectuais brasileiros e confirma sua crença na superioridade racial dos brancos, já que, pouco a pouco, a proporção de negros diminui realmente. Na virada do século, mais especificamente entre a Abolição e a Primeira Guerra Mundial, a teoria que trata da superioridade ariana é amplamente aceita pelos intelectuais brasileiros, como um exemplo de determinismo histórico. Na leitura que estes últimos fazem de tais teorias, todos os europeus, sem distinção, são facilmente assimilados à categoria de Arianos. Paralelamente a essas teorias, a maior parte das elites brasileiras do período crê na tese do "branqueamento". Segundo esse pensamento, a miscigenação não teria como consequência a degenerescência da raça, como afirmavam os teóricos estrangeiros, mas antes a formação de uma população mestiça, que torna-se cada vez mais branca – fisicamente e culturalmente – com o correr das gerações. (SCHPUN, 1999, p. 114)

Neste contexto, produtos de beleza, que, como o Pó Graseoso Mendel, alvejavam e branqueavam a cútis feminina, tornaram-se um auxílio precioso para a acentuação da identidade étnico-racial das mulheres brancas, valorizadas em relação às negras e crioulas. Como no caso do uso da maquiagem, emergem os sinais da identidade de classe, que, aqui, coexistem com os da identidade étnico-racial. Os discursos higienistas viam no sol uma fonte de saúde e proclamavam mulheres que se expusessem e se exercitassem ao ar livre, mais descobertas, de bochechas coradas, um aspecto saudável e natural que se opunha à palidez, signo de confinamento, ao mesmo tempo em que os conselhos de beleza pediam cuidado com a exposição ao sol, para que a pele do rosto, pescoço e braços se mantivesse clara e pudesse ser exibida (*idem*, *ibidem*). A tez clara marcava também a distância em relação ao trabalho: as

[123] Segundo Luís Cláudio Villafañe G. Santos (2003), a ideia de civilização propagada pelas elites brasileiras "era mais uma 'ideia fora do lugar', na feliz definição de Schwarz (1988). Esse autor lembra que: 'Ao longo de sua reprodução social, incansavelmente o Brasil põe e repõe ideias europeias, sempre em sentido impróprio'" (p. 28).

mulheres que trabalhavam, sobretudo em espaços abertos, fatalmente ostentavam peles bronzeadas e grosseiras, que não correspondiam ao modelo (elitista) de beleza natural da mulher que se preservava da exposição excessiva ao sol (*idem*, *ibidem*).

Segundo Schpun, os velhos, feios e negros – e também os obesos – não correspondiam ao modelo nacional vigente, encontrando-se "reunidos, segundo os novos critérios de beleza e de saúde em vigor, numa marginalidade determinada pelos seus corpos" (p. 27). Novamente, o ideal de beleza ecoa nas bases do concurso da Fox, restrito a moças que medissem de 1,50 m a 1,70 m e pesassem de 40 a 55 quilos – mulheres esbeltas, portanto – e a rapazes com altura acima de 1,75 m e compleição robusta, afirmando um discurso que vinculava o modelo de apresentação dos corpos masculinos à prática regular de esportes. O cinema mudo legitimava este modelo de beleza masculina. Como observa Ismail Xavier (1978), a política do estrelismo exige o sexo como base do poder de atração. Recorrendo ao apelo sexual da aparência masculina, os corpos atléticos dos astros da tela eram exibidos não apenas nos filmes, mas também nas páginas da imprensa, à qual a indústria de Hollywood esteve conectada. O número 46 da *Selecta*, por exemplo, trazia numa foto de dupla página o torso nu de Ramon Novarro, com a legenda: "Sua excelência da Metro-Goldwyn Mayer Ramon Novarro – Ben Hur [seu personagem no filme homônimo de 1925, dirigido por Fred Niblo] no próprio desempenho de suas funções..."[124].

A esbelteza é, por conseguinte, o terceiro critério determinante da beleza que procuramos identificar. Addison atenta ao interesse sem precedentes do século XX na perda de peso, argumentando que "a cultura de consumo foi a força motriz por trás da aversão moderna pela gordura" (p. 16). Segundo ela:

> Na mídia popular, o excesso de peso é tratado com... desprezo. Heróis e heroínas nunca são gordos. Isto violaria os cânones do meio. Na televisão ou no cinema, os gordos são geralmente personagens cômicos, bufões ou servos, e frequentemente seu peso é um dos principais temas de comédia. (ADDISON, 2002, p. 16)

O já mencionado anúncio dos comprimidos Icherina de Urotropina, que condicionava a beleza à boa saúde e ao perfeito funcionamento do organismo, advertia sobre os "excessos alimentares, bebidas, sorvetes, etc". A obesidade era associada à ideia de excesso de apetite e de prazeres mundanos, à falta de moderação, de limites e à decadência das elites, mas também ao enriquecimento ilícito e à imoralidade. A imagem do corpo gordo caracterizava todo tipo

[124] *Selecta*, Rio de Janeiro, ano XII, n. 46, 17 nov 1926.

de identidade social ou de comportamento moralmente negativo (SCHPUN, *op. cit.*). Addison pondera que, no final do século XIX, a opulência pautava o modelo corporal e que carnes em excesso simbolizavam o conforto e a prosperidade da classe média. Enquanto os homens eram encorajados a desenvolverem uma "pança", o ideal feminino era a mulher de colo largo, alta, como o modelo das estátuas. A repulsa moderna pela obesidade teve início na virada para o século XX, mas amplificou-se nos anos 1920, quando da "primeira moda de magreza poderosa" (SEID apud ADDISON). O discurso dos tempos modernos, que exigiam homens e mulheres ágeis, capacitados para a ação, ridicularizava os corpos obesos e pesados, que se moviam com lentidão e pareciam estar na contramão do progresso, fazendo deles sinônimo de inatividade e improdutividade (SCHPUN, *op. cit.*). "Numa era industrial de especialistas em eficiência e balanço dinâmico, a gordura se tornou um impedimento ao funcionamento ideal do corpo humano" (ADDISON, *op. cit.*).

O ideal físico da esbelteza marca identidades de classe e de gênero. Como assinala Schpun, os regimes de emagrecimento exigiam uma alimentação seletiva e refinada, que ignorava limites econômicos. Ao mesmo tempo, os regimes e os cuidados com a forma eram tidos como pouco viris, comportamentos femininos que deveriam ser evitados, incompatíveis com a masculinidade[125]. "As exigências de emagrecimento, as medidas estritas do corpo (cintura, quadris, peito), o controle cotidiano da forma, expressam disciplinas sobretudo femininas" (SCHPUN, p. 109). Já assinalamos que, no caso dos homens, o discurso disciplinador remetia a um código rígido de apresentação física ligado à prática de esportes, que modelava o corpo são e higiênico dos jovens. Para as senhoras, a obesidade era também um signo corporal da idade, em oposição à esbelteza, que correspondia à juventude (*idem, ibidem*). Segundo Addison, a American Medical Association constatou que as "pessoas que se empenhavam em atividades redutoras" eram geralmente "'jovens moças, mulheres mais velhas que queriam ser consideradas jovens e homens de meia idade que desejavam aumentar sua eficiência nos negócios'" (pp. 18-19).

Como pontua Addison, a indústria cinematográfica é uma instituição complexa; nos anos 1920, as matérias das revistas de cinema norte-americanas que traziam com detalhes as dietas das estrelas exerceram influência igual ou maior do que os próprios filmes, que mostravam os ídolos em forma, na opção pela prática de dietas de redução corporal pelo público. Essas revistas também promoviam a ideia de que perder peso era essencial no processo que transformava seres humanos comuns em estrelas, num discurso que repetia às

[125] Addison observa que o discurso das revistas de fãs sobre os astros tipicamente ignorava seus hábitos de alimentação em favor de suas atividades esportivas.

leitoras, em seus sonhos com o estrelato, que a disciplina corporal era categórica para a fama no cinema (*idem*, *ibidem*).

Todavia, não obstante o discurso social que reproduzimos aqui, atentamos para a observação de Schpun de que a silhueta fina e reta, europeia, não correspondia inteiramente ao imaginário brasileiro. Segundo ela:

> [...] se a obesidade é símbolo privilegiado de feiura e de falta de charme femininos, se as mulheres desejáveis são antes esbeltas e jovens, isso não significa porém que o modelo de silhueta reta defendido pelos higienistas seja representativo. A sensualidade provocada pelas curvas, especialmente dos quadris e das nádegas, parece resistir ao modelo [...] inspirado na Europa do norte. (SCHPUN, 1999, p. 113)

Se, ainda que balizadas nos cânones do modelo de beleza que tracejamos aqui (juventude, brancura, esbelteza), as notas publicadas em setembro de 1926 no *Correio da Manh*ã e *O Estado de São Paulo* pareciam ter dificuldade para explicar aos seus leitores quem é fotogênico, uma matéria especial escrita por José Matienzo para a *Selecta*, em novembro daquele ano, já próximo ao fim das inscrições para o concurso da Fox, se propôs a esclarecer a questão, sob o título "O tipo de beleza ideal para a tela". Embora afirmasse que "não existe, nem pode existir, um modelo único de beleza feminina, porque não há duas mulheres realmente bonitas cuja formosura seja exatamente igual" e que "sua beleza tem de diferir como diferem os traços dos seus semblantes e as suaves curvas de suas figuras", não sendo possível, portanto, "definir o tipo de beleza feminina que a Fox Film deseja encontrar com o grande concurso que organizou no Brasil", o autor esclarecia que "se poderá eleger um tipo geral".

Para ele, a impossibilidade de eleger um modelo único de beleza devia-se à "diferença de opinião do público com relação ao valor fotográfico das estrelas" e ao seu gosto que mudava constantemente, sendo preciso "substituir os tipos de beleza que se tornam sedições por outros de maior agrado". Dito isto, o texto oferecia exemplos, quase didaticamente, do que poderia ser considerado um tipo de beleza feminina para a tela, em perfeita consonância com os cânones do código estético supracitados, como vemos abaixo:

> A Fox Film deseja contratar para seus estúdios de Hollywood moças que se pareçam, por exemplo, com Madge Bellamy [...]. Bellamy conta 21 anos, pesa 52 quilos e meio, tendo uma figura admiravelmente proporcionada. Ela é a personificação não só da beleza e da formosura, como também da graça natural e desenvolta. Outro tipo de beleza de agrado imediato é Olive Borden [...]. Olive é um pouco mais baixa do que Bellamy, pois que não alcança

> mais do que 1,50 e pesa 50 quilos escassos. É delgada, mas de uma esbelteza atraente que reúne nas suas linhas perfeitas todo o feitiço que podem oferecer os contornos encantadores de uma mulher realmente bela. Seu talhe é sutil e airoso: braços e pernas perfeitamente proporcionados e uma cabeça aristocrática em que brilham dois grandes olhos negros e fascinadores. Alma Rubens representa um terceiro tipo de beleza [...]. É um pouco mais alta que Madge Bellamy e Olive Borden. Pesa 54 quilos e também ostenta uma delgada figura realçada por suaves contornos. Janet Gaynor possui as mesmas proporções que Olive Borden [...].

Da mesma forma, a matéria instruía sobre os tipos de beleza fotogênica masculina, encorajando a juventude brasileira que se adequasse ao rígido modelo de apresentação corporal que discutimos acima a aspirar ao estrelato em Hollywood:

> No que concerne às belezas masculinas [...], George O'Brien mede um pouco mais de 1,80 m e pesa 79 quilos. Fisicamente é muito bem conformado, resultando um tipo de atlética sedução que a Fox Film desejaria encontrar entre a juventude brasileira. E como o sorridente George oferecemos também como modelo do que nos interessa as galhardas figuras de Edmund Lowe, Richard Walling e Leslie Fenton. Estou convencido de que entre a mocidade brasileira existem tipos que, fotogenicamente, podem rivalizar com os indicados; e dentro de pouco tempo poderemos ver os seus nomes encabeçando grandes produções.[126]

2.2.2. AS RAINHAS DA BELEZA: CULTURA FÍSICA E EDUCAÇÃO ESTÉTICA ATRAVÉS DOS CONCURSOS FEMININOS

A beleza, ou a fotogenia – assim como a feiura – são aparentes, do mesmo modo que a latinidade. Já assinalamos que a obesidade, a palidez, a cor negra da pele, os traços que evocavam negritude, velhice e baixa condição social eram signos corporais indesejáveis, pertencentes ao universo do feio, enquanto a brancura, a aparência jovem, a esbelteza (sobretudo das moças) e o porte atlético (dos rapazes) eram signos de beleza, elegância e classe. Ao mesmo tempo, a feiura de uma mulher era menos tolerável que a de um homem (SCHPUN, *op. cit.*).

Os anos vinte marcaram a presença das mulheres na cena pública. Elas começaram a ocupar efetivamente as ruas e os locais de sociabilidade (no que as salas de cinema tiveram grande importância), e, embora a divisão do espaço da cidade ainda fosse muito desigual, houve uma transformação rápida em relação ao tradicional confinamento feminino (MALUF, MOTT, *op. cit.*). As mulheres ganharam lugar no mercado de trabalho, o cumprimento das

[126] O tipo de beleza ideal para a tela: especial para *Selecta* por José Matienzo, representante pessoal do Sr. William Fox. *Selecta*, Rio de Janeiro, ano XII, n. 45, 10 nov 1926.

saias encurtou, assim como o dos cabelos, enquanto os decotes aumentaram. A vida urbana determinou a cultura da beleza feminina – o investimento na apresentação corporal como condição para participar do espaço público e ser objeto de olhares anônimos (SCHPUN, *op. cit.*). Instalaram-se novos hábitos e, com eles, um novo padrão estético ligado ao consumo, à ideia de que, assim como a moda, os cânones da beleza podiam ser adquiridos. As revistas femininas anunciavam salões de beleza (para a elite, mas também para as mulheres da classe média), roupas de magazines, cosméticos, perfumes, produtos para emagrecimento e outros (MALUF, MOTT, *op. cit.*)[127].

Um artigo de *A Cigarra* de setembro de 1926 proclamava o fascínio despertado pelos corpos femininos, que agora marchavam pelas ruas, afirmando que "a beleza é uma mulher caminhando". "Um novo conceito de beleza?" – se perguntava o autor. "Talvez" – respondia. A matéria evocava então os modelos marmóreos de beleza feminina de civilizações e eras que precederam a modernidade: mulheres "estáticas", que sucumbiam à mulher "dinâmica" moderna. A presença feminina na cena pública é comentada pelo autor:

> A linda mulher que os egípcios sonharam em terra cosida, os assírios em tijolos esmaltados, os árabes em mosaico, e os gregos em mármore; que os pedreiros da Ilha de França cortaram em pedra e armaram em vidro e estanho; os Luizes empoaram, perfumaram, espartilharam e panejaram em sedas; que os 1830 amaram, com olheiras, na alvura tísica dos hospitais líricos – a linda mulher era uma mulher quieta, parada, imóvel, sentada num trono. De repente ela viu qualquer coisa que poderia ser mais fascinadora do que ela – a Civilização – e, ciumenta, inquieta de vaidade, querendo expor-se mais, exibir-se bem, moveu-se, levantou-se e começou a andar.

No texto, a modernidade, identificada pelo cinema, pelos espaços voltados à vida mundana, pela aviação, pela cidade e pela efemeridade do tempo, passa pela modernização da mulher:

> A mulher estática ficou sendo a mulher dinâmica. E ela está agora andando por aí, pelos écrans dos cinemas, pelos tablados dos dancings, pelos angares dos campos de aviação, pelos tombadilhos dos iates, pelas calçadas à sombra cinzenta dos fura-céus de 30 andares. Por aí. E quando ela passa, ninguém mais exclama: "Bela mulher!". Não. Não é bela: é original, é interessante. INTERESSANTE: isto é, nova, atual. [...] agora é o interessante, só o interessante. Um interessante inquietadoramente volúvel, inconstante, que os doutores chamariam "o belo efêmero".

[127] "Atualmente o penteado constitui um dos encantos da mulher. De fato, nada mais gracioso e atraente do que um penteado *A La Rudolph* ou *A La Garçonne*, conservado durante todo o dia. Isto obtém-se com o uso da Perpetualina. O mais perfeito assentador dos cabelos, absolutamente isento de substâncias gordurosas". *A Cigarra*, São Paulo, ano XIV, n. 283, p. 19, ago 1926.

O homem moderno poderia encontrar beleza e encanto nesta nova mulher, mas deveria, ao mesmo tempo, manter-se criterioso em relação a ela:

> E nós caminhamos também de braços dados com ela, amorosamente, com ela nos nossos olhos e no nosso espírito. Todos os homens caminham; mas, entre os que caminham, há os que o fazem de costas, olhando só o que vai ficando atrás; os que o fazem de cabeça erguida demais, olhos no horizonte longínquo, sonhando só com o que há de vir; e os que o fazem ajuizadamente, olhando com prudência onde estão pisando, o que lhes fica aos pés... Só para estes – homens do presente: atuais, modernos – não existe o perigo das quedas pilhéricas em poças d'água, nem dos tombos trágicos em precipícios... [128]

O texto procurava instruir comportamentos diante da beleza e da sedução femininas, e não se destinava apenas aos homens, mas, antes, às próprias mulheres, pois eram elas as leitoras de *A Cigarra*. O suplemento do *Correio da Manhã* de 24 de janeiro de 1926 também aludia às mulheres emancipadas dos anos 20, opondo os dois modelos culturais que disputavam espaço no Brasil, marcando o velho e o novo mundo. A manchete indagava: "Qual a mulher que domina no século XX [a francesa ou a norte-americana]?" e a matéria afirmava que "o domínio espiritual de um povo exerce-se, principalmente, pelo império das suas mulheres". Segundo o texto:

> As de França reinaram sobre o mundo em todo o século XIX. O século XX, dizem, já lhes não pertence: é das norte-americanas. [...] O ideal dos sonhos será ainda a parisiense imortal ou uma dessas *girls* que de Los Angeles nos sorriem através da tela, mostrando a sua dentadura alva e sã? [...] [Para Cecilia Sorel] "os Estados Unidos são um país novo, onde não existem elos da tradição; um país onde o progresso não tem limite; um país em que a mulher tem diante de si os mesmos horizontes que o homem. Esta liberdade tem permitido o desenvolvimento da inteligência feminina, a ponto de que na América do Norte é a mulher que está à frente do movimento espiritual. Sucede pois que a americana não é somente a Mulher, mas o Ídolo". [...] [Para Arthur Stringer] "A mulher francesa não possui a beleza soberana que o caldeamento de raças imprimiu às mulheres do Novo Mundo, mas tem mais alma [...]." [...] [Para Muratore] "Criticam a sua independência [da mulher americana], sua falta de amor caseiro, sua repulsa às tradições burguesas que ainda regem a vida da mulher europeia. Mas isto é apenas uma questão de educação. De resto, se a própria mulher de Paris se submete à influência da mulher de Nova York, se o que ela tem de novo importa, que farão as outras mulheres do mundo que antes faziam todo o possível para imitar as de Paris?[129]

---

[128] La beauté est une femme en marche. *A Cigarra*, São Paulo, ano XIV, n. 285, p. 30, 2ª quinzena set 1926. Sublinhamos que o título do artigo era escrito em francês.
[129] *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, 24 jan 1927.

Madge Bellamy, estrela da Fox (um dos exemplos de beleza citados por José Matienzo) e Margaret Ravoir, campeã de natação, eram as *girls* norte-americanas à direita da página, enquanto, à esquerda, a vedete Mistinguett e Ivonne Dutheuil, ícone da moda, representavam as francesas. Logo, a imprensa nacional corroborava um padrão de beleza que fazia referência a modelos europeus, majoritariamente o francês, e ao cinema de Hollywood, que, no final da década de vinte, dominava o mercado brasileiro. As tendências francesas ainda eram moda no Brasil deste período, mas a incidência do *star system* colocava o modelo estético lançado pelas atrizes norte-americanas no centro da cena (SCHPUN, *op. cit.*). A independência, a liberdade, a novidade que permeavam o imaginário associado à "mulher de Nova York", cuja imagem era a das estrelas do cinema mudo, remete à conotação dos Estados Unidos como um "país novo", que representava o futuro (estando, assim, mais próximo do ideal do Brasil moderno dos anos vinte), enquanto a França, com seus "elos da tradição", ligava-se ao passado.

Os corpos femininos andavam agora pelas ruas, estavam mais visíveis, não só no espaço da cidade, mas também nas páginas da imprensa (*idem, ibidem*). Eles eram mostrados em movimento, "pelos écrans dos cinemas", com todo o apelo sexual da "cena muda" (que, já assinalamos, explorava também os corpos masculinos), e nas fotos publicadas em revistas e jornais, que ostentavam o poder de sedução feminino. Era comum nestas imagens vermos pernas, braços, colos e barrigas descobertas das atrizes de Hollywood. Como notamos no caso do concurso da Fox, os critérios estéticos dominantes que definiam a bela mulher brasileira se aproximavam bastante do modelo de beleza veiculado pelo *star system* norte-americano.

O corpo da mulher tornava-se assunto. Esta tendência social vinha acompanhada de outra dos anos vinte: os concursos de beleza, que se generalizaram no período (*idem, ibidem*). Paralelamente à empreitada da Fox, outro concurso de beleza para o cinema teve grande destaque na imprensa carioca em 1926. Tratava-se do Concurso de Beleza Feminina do Circuito Nacional de Exibidores, sociedade criada naquele mesmo ano por Vittorio Verga e Paulo Benedetti, com a participação da companhia Brasil Cinematografia, de Francisco Serrador[130]. Explicavam as publicações no *Correio da Manhã*, *Selecta* e *Cinearte* que cada

[130] O Circuito reunia jornalistas, técnicos, artistas e exibidores. Os associados teriam preferência na exibição dos filmes confeccionados e o preço seria "proporcional à importância do seu estabelecimento, auferindo os lucros dessa exibição e os da sociedade com o desenvolvimento da indústria cinematográfica nacional". *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 19, p. 4, 7 jul 1926. Apud CAMPELO, Taís. "Cinearte, o cinema brasileiro em revista (1926-1942)".

um dos cinemas filiados ao Circuito faria seu próprio concurso "entre as mais belas frequentadoras"[131] e que cada entrada dava direito a um voto. Esses votos seriam dados pelo publico que frequentava o cinema e depositados em uma urna colocada na sala de espera durante todo o tempo em que o concurso permanecesse em vigor. As apurações eram diárias (sendo publicadas no *Correio da Manhã*). À vencedora de cada cinema caberia "lindo e valioso prêmio oferecido pelo proprietário"[132] e dela seriam feitas fotografias e uma filmagem representando diversas poses suas. Entre as vencedoras de todos os cinemas, seria escolhida a Rainha, "por uma comissão nomeada pelos diretores do *Circuito* que também organizará um filme detalhado, juntando nele todas as belezas proclamadas pela referida comissão"[133]. Por fim:

> À proclamada [Rainha do Cinema Brasileiro] será oferecido pelo *Circuito Nacional dos Exibidores* uma valiosa medalha de ouro e o seu retrato terá a mais ampla publicidade. Será por fim organizado [...] um filme de enredo cuja protagonista será a Rainha do Cinema.[134]

Sergio Silva, diretor da revista *Selecta*, ao anunciar a entrada em ação do Circuito, acrescentava que este precisava de artistas e que se lembrou dos concursos de beleza. É apropriada a ressalva feita por ele, em consonância com os ditames da política do *star system*, sobre a importância da beleza para uma atriz de cinema. Assinalava Silva que:

> É bem verdade que nos Estados Unidos muitas das artistas que hoje admiramos nos filmes entraram para os estúdios cinematográficos por serem prêmios de beleza. Os americanos compreenderam que o primeiro requisito para uma boa artista de cinema é... ser bonita. O resto tem importância secundária. Está claro que não basta ser bonita, mas como não se pede a todas que sejam uma Norma Talmadge ou uma Mary Pickford, para o trabalho que tem de fazer em geral basta ser bonita e não muito bronca.[135]

Disponível em: <http://www.mnemocine.art.br/index.php?option=com_content&view=article&id=89:cinearte-o-cinema-brasileiro-em-revista-1926-1942&catid=42:historia-no-cinema-historia-do-cinema&Itemid=67> Acesso em: 6 jan 2012.

[131] O concurso de beleza do *Circuito Nacional dos Exibidores*. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 22, p. 4, 28 jul 1926.

[132] Grande concurso de beleza promovido pelo Circuito Nacional de Exibidores. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 8, 24 ago 1926.

[133] O concurso de beleza do *Circuito Nacional dos Exibidores*. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 22, p. 4, 28 jul 1926.

[134] Grande concurso de beleza promovido pelo Circuito Nacional de Exibidores. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 8, 24 ago 1926.

[135] Cinematográficas. *Selecta*, Rio de Janeiro, ano XII, n. 28, 14 jul 1926.

Como no concurso da Fox, o ideal da beleza, cujos critérios se faziam evidentes no discurso social daqueles anos vinte, misturava-se ao imaginário do estrelismo para encorajar as belas jovens brasileiras a tentarem a glória na tela, "sendo que [a premiada] não será enviada à América do Norte, mas ficará aqui, na do Sul, nestes Brasis, a posar em um filme que ainda não está idealizado, mas que se fará, garantem-nos"[136]. Segundo Silva:

> Este [concurso do C.N.E.], porém, tem um fim determinado – o da escolha de artistas para a tela. Daí chegarmos a uma conclusão: o público deverá votar apenas em quem tenha disposição para seguir a carreira. De que valerá aclamar a mais bela e dar-lhe o prêmio, se ela não tem tenções, ou os seus pais não consentem que se dedique à arte muda? [...] Estamos a ver como vai alvoroçada a roda das nossas "melindrosas". Vontade não falta, a muitas, de ingressar em um estúdio. Não é lá tanto pela arte, mas pela admiração que depois venham a despertar, e pelo número de fãs que viriam a angariar no caso do aparecimento das suas figurinhas na tela. Mas – não se zanguem – não creia a maioria que com os seus tipos franzinos e suas cores amarelinhas possam fazer alguma coisa no cinema. [...] Que os "almofadinhas" que as namoram deixem de lado o seu desejo de agradar, pois que não se trata de um concurso de egoísmo, mas de saber qual realmente a mais bela e mais bem feita. Votem em quem seja realmente bela e... queira trabalhar para o cinema.[137]

O cinema era ainda visto como um divertimento vulgar e o preconceito era ainda maior em relação ao cinema nacional. Violeta Coelho Netto, que ia "à vanguarda da votação obtida no nosso cinema elegante por excelência [o Odeon]", teve sua candidatura a Rainha do Cinema impugnada pelo pai, "conhecido homem de letras" – o escritor Coelho Netto, então presidente da Academia Brasileira de Letras, figura de destaque na elite brasileira, sobre quem comentaremos no próximo capítulo, ao tratarmos do júri do concurso da Fox. Ele redigiu uma carta "com a afirmação de que sua filha não era candidata e, na hipótese de vencer, não aceitaria obrigação alguma decorrente de sua vitória"[138]. Frente a esse episódio, Silva questionou: "as candidatas a este segundo concurso [o do C.N.E.] estarão a par do que se exigirá delas"[139]? Em matéria anterior sobre o assunto, ele articulava que:

> Tratando-se de uma escolha para quem vai posar ante a objetiva, é preciso que não vejamos apenas um palminho de rosto. Nos Estados Unidos esses concursos de beleza são mesmo bem severos – eles encaram não somente a

[136] Cinematográficas. *Selecta*, Rio de Janeiro, ano XII, n. 48, 1º dez 1926.
[137] Cinematográficas. *Selecta*, Rio de Janeiro, ano XII, n. 28, 14 jul 1926.
[138] Cinematográficas. *Selecta*, Rio de Janeiro, ano XII, n. 48, 1º dez 1926.
[139] *Idem, ibidem*.

> beleza da fisionomia, mas das formas, e as concorrentes se apresentam o mais despidas possíveis, em trajes de banho que se colam às suas formas.[140]

Segundo a revista, no concurso da Fox, "os candidatos e candidatas estavam bem ao par da finalidade"[141]: trabalhar para o cinema. A partir do frustrante exemplo de Violeta Coelho Netto, cujos votos recebidos no concurso dariam "a obrigação desta vir a se tornar uma artista de cinema", Silva conclui:

> Por isso que voltamos aqui ao que já há tempos expandimos neste sentido. Nada de concursos, se na verdade se quer fazer a escolha de "artistas". É abrir o estúdio e começar a trabalhar, aceitando as candidatas que apareçam e que devem ter as condições necessárias – talento, apresentação, beleza fotogênica e... vocação. E garantimos que elas irão aparecendo.[142]

Suas palavras eram direcionadas aos "dois concursos que [...] tinham por escopo dar a conhecer qual a mais bela brasileira (ou carioca) e em ambos os casos aproveitar essa beleza para a cinematografia"[143]: o do Circuito Nacional de Exibidores e o da Fox. Um fator comum explicava ambos os concursos – a promessa do estrelismo como estratégia de promoção da companhia cinematográfica – enquanto outro, fundamental, os diferenciava. Ao contrário do concurso da Fox, no caso do Circuito (assim como no das rainhas da beleza em geral e nos que citaremos abaixo), as candidatas não se inscreviam. As moças da sociedade que fossem populares pela beleza e pelos predicados tinham suas candidaturas propostas pelos votantes, afirmando a materialidade da percepção dos corpos femininos, passíveis de serem objeto de olhar, de comentários e de julgamento dos homens, que elegiam as mais belas, segundo os seus critérios (SCHPUN, *op. cit.*). Naturalmente, pertencendo os eleitores e as eleitas ao mesmo círculo social, elementos como a amizade ou o prestígio entravam nesta negociação.

O concurso do Circuito Nacional de Exibidores foi o que recebeu maior atenção de *Selecta* e *Cinearte* em 1926, sobrepondo-se, inclusive, à que foi dispensada ao da Fox. A *Selecta*, defensora do "progresso de uma arte nacional" que, acreditava, "terá um larguíssimo futuro"[144], referia-se ao concurso como:

> A nota chique do presente ano cinematográfico e tem dado os melhores e mais belos resultados, pois que por ele se vê que existem na nossa capital

[140] Cinematográficas. *Selecta*, Rio de Janeiro, ano XII, n. 28, 14 jul 1926.
[141] Cinematográficas. *Selecta*, Rio de Janeiro, ano XII, n. 48, 1º dez 1926.
[142] *Idem, ibidem*.
[143] *Idem, ibidem*.
[144] Concurso de beleza feminino promovido pelo Circuito Nacional de Exibidores. *Selecta*, Rio de Janeiro, ano XII, n. 45, 10 nov 1926.

> muitas vocações para a cena muda e que no céu brasileiro podem aparecer muitas estrelas, que virão cooperar no desenvolvimento da cinematografia brasileira.[145]

Ainda que futuramente viesse a mencionar o concurso com impaciência e o C.N.E. com desconfiança, como uma "entidade que apenas tem revelado a sua existência por esse concurso interminável"[146], a revista explanava que a publicação, nas revistas e jornais, das fotografias tiradas sob a direção do Circuito "tem sido entre o mundo feminino carioca o grande acontecimento, granjeando para as senhoritas vitoriosas motivos de muitas felicitações"[147]. A proposta da candidatura de uma moça num concurso de beleza não parecia constituir para ela motivo de aborrecimento (SCHUPUN, *op. cit.*).

De outubro de 1926 a março de 1927, a *Cinearte* concedeu várias de suas páginas às fotos das candidatas, proclamando o sucesso da iniciativa. O *Correio da Manhã*, além de atualizar seus leitores dos resultados parciais de cada cinema, passou a publicar fotografias das moças votadas, algumas delas na seção *No Mundo da Tela*, ao lado das estrelas internacionais. Em 17 de outubro de 1926, o caderno *Assuntos Femininos* noticiou o concurso do C.N.E., com a imagem de Eva Schnoor, "uma das mais lindas frequentadoras do Cinema Polytheama"[148], e também o concurso de beleza do Chile, que elegera "a senhorita Ximena Ammuneteguy, da alta sociedade de Santiago, [...] a mulher mais linda do seu país"[149]. Três anos mais tarde, atuando em *Barro Humano*, Schnoor (que foi capa de *Cinearte*) seria aproveitada na campanha estrelista que envolveu a realização do filme de Adhemar Gonzaga.

---

[145] *Idem, ibidem*.
[146] Cinematográficas. *Selecta*, Rio de Janeiro, ano XII, n. 48, 1º dez 1926. Esta matéria, que avaliava os concursos de beleza para a tela, o da Fox e o do Circuito, foi escrita por Sergio Silva. Todavia, a maior parte das notas sobre o concurso do Circuito Nacional de Exibidores em *Selecta* era assinada pelo crítico Pedro Lima, na coluna *O Cinema no Brasil*.
[147] Concurso de beleza feminino promovido pelo Circuito Nacional de Exibidores. *Selecta*, Rio de Janeiro, ano XII, n. 45, 10 nov 1926.
[148] *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 12, 17 out 1926.
[149] Concurso de beleza. *Ibidem*.

Página de *Cinearte*, v.2, n.45, de 5 de janeiro de 1927. Acima, à esquerda, Conceição Gomes, à direita, Helena Flores; ao centro, Leopoldina Leal; abaixo, à esquerda, Maria Fonseca, à direita, Eva Schnoor.

Embora as imagens acima não nos remetam à fotogenia (aquela "qualidade visível") idealizada pelo *star system* – excetuando-se, talvez, Eva Schoor, que a *Cinearte* de 23 de fevereiro de 1927 dava como vencedora do concurso, juntamente com Adalgiza Bueno Ormerod (do cinema Guanabara) –, percebemos que as candidatas (nessas fotos e noutras a que tivemos acesso, publicadas no *Correio da Manhã* e em *Cinearte*) tinham peles que consideramos claras e se mostravam de acordo com os cânones da moda, que denotavam uma classe social privilegiada[150]. A promessa de que a Rainha estrelaria um filme de enredo não se concretizou[151]. Violeta Coelho Netto foi, por fim, homenageada pela *Selecta*, devido ao:

> [...] entusiasmo com que [...] concorreu ao apelo feito à nossa elite pelo Circuito Nacional de Exibidores, e aos dotes de Rainha da Beleza do Odeon, título que manteve até uma resolução paterna, particular, privar a filmagem brasileira do seu precioso auxílio...[152]

No biênio 1926-1927, os jornais e as revistas que pesquisamos noticiaram vários concursos de beleza. As Rainhas surgiam em toda parte. O *Correio da Manhã* de 21 de setembro de 1926 anunciou a consagração da primeira Rainha dos Estudantes: "Nada menos de 4.000 acadêmicos concorreram, com o seu voto, para a escolha daquela que pela sua 'beleza física, pela beleza moral e pelos dotes intelectuais' é, desde hoje, a Rainha dos Estudantes". Zita Coelho Netto, "filha do festejado escritor Coelho Netto [portanto, irmã de Violeta] e um dos ornamentos do *set* carioca", foi a eleita, com 1.286 votos, e tinha sua foto ilustrando a matéria, "tendo, ainda, alcançado significativa votação a intelectual patrícia sra. Rosalina Coelho Lisboa [1.071 votos; Rosalina integrou o júri do concurso da Fox e será mencionada no capítulo seguinte]". Segundo o periódico, "o interessante pleito não se cingiu apenas aos âmbitos escolares, interessando, antes, os meios intelectuais e do mundanismo desta capital"[153].

O concurso fora uma iniciativa do Centro Acadêmico Nacionalista, patrocinado pelo jornal *O Globo*. Alguns dias depois, a *Fon Fon* trazia fotos da solenidade da coroação da

---

[150] Jurandyr Noronha (2008) menciona que Eva Schnoor era de família pertencente à mais alta sociedade carioca, muito ligada aos meios artísticos.

[151] Segundo Márcio Galdino (2007), o C.N.E. acaba realizando um filme de reportagem, taxado pela imprensa da época como "cavação". Após o afastamento de Benedetti, que presidia o Circuito, Verga conseguiu financiamento para dirigir um filme, intitulado *Sinfonia da Floresta* (1929), que, segundo Galdino, foi mal recebido por críticos como Pedro Lima e Adhemar Gonzaga (não encontramos relação entre essa produção e o projeto de filme do concurso do C.N.E mencionado acima, que, tudo indica, não foi realizado). *Italianos no cinema brasileiro*. Disponível em: Archiivo Storico Emigrazione Italiana: <http://www.asei.eu/index.php?option=com_content&task=view&id=99&Itemid=1> Acesso em: 16 jan 2012.

[152] O cinema no Brasil. *Selecta*, Rio de Janeiro, ano XII, n. 49, 8 dez 1926.

[153] A primeira *Rainha dos Estudantes*: foi consagrada, por expressiva votação, a Srta. Zita Coelho Netto. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, 21 set 1926.

Rainha dos Estudantes, realizada no Instituto Nacional de Música. Numa delas, via-se a platéia lotada[154]. O concurso e sua vencedora ocuparam ainda algum espaço na revista no mês de outubro: no dia 10, foi publicada uma foto da "Senhorita Maria José Cavalcanti, que obteve um dos primeiros lugares na eleição [...]"[155]; no número seguinte, foto de "Mlle. Zita Coelho Netto, a *Rainha dos Estudantes*, cujo nome está em culminante evidência"[156]. No mesmo mês, *A Cigarra* deu uma "nota de arte" sobre a "talentosa *diseuse* senhorita Zita Coelho Netto, aclamada *Rainha dos Estudantes*, que hoje realizará, no Conservatório, um recital de declamação"[157].

Se a elite intelectual elegia sua rainha, outros segmentos também o faziam. Nos primeiros dias de 1927, o *Correio da Manhã* noticiava "A *Rainha dos Empregados do Comércio* e as suas preferências". Contava a matéria que a escolhida, Noemia Nunes, "no balcão prefere os homens porque não discutem preço e como *sportwoman* é *torcedora* do Flamengo". A foto da jovem, como de praxe, estampava a página, e dela dizia-se que era:

> [...] uma figurinha de lindos olhos luminosos e de uma doce suavidade em todo o seu conjunto fisionômico, na primavera dos seus dezesseis anos de existência. [...] Seu pai é português, sendo brasileira a sua progenitora. O resultado do concurso foi acolhido com aplausos de quantos conhecem a nossa patrícia e admiram os predicados de sua inteligência e da sua educação moral. Aliás, o mesmo concurso não visava a beleza feminina de maior realce entre as auxiliares do comércio desta cidade, mas aquela que pelas virtudes do espírito, de tal modo requintadas, merecesse o galardão, o cetro de *Rainha*. [...] A senhorita Noemia Nunes tem um sorriso acolhedor em que vislumbramos uma inexcedível pureza espiritual. Um rápido exame, e verificamos que a *Rainha dos Empregados do Comércio* poderia ser vencedora em um concurso de beleza, tal a harmonia dos seus traços, de uma discreta perfeição fisionômica, a tonalidade dos cabelos, a expressão do olhar, o talhe dos lábios, a finura da atitude, a sutileza da sua expressão verbal. Fala corretamente, sem preciosismos de "melindrosa". [...] Trabalha, já há algum tempo. Ama o trabalho.[158]

O *Correio da Manhã* anunciou que a Rainha dos Empregados do Comércio do Rio de Janeiro havia posado para um filme – homenagem maior que se poderia prestar a ela, acreditava o jornal, que noticiou a novidade na seção "Telas & Palcos". Segundo o periódico, tratava-se de uma "excelente película, detalhada, com todos os aspectos da Majestade em questão, nas praias, nos bailes, nos misteres profissionais, e até mesmo no lar", que estrearia

---

[154] A coroação da *Rainha dos Estudantes*. *Fon Fon*, Rio de Janeiro, ano XX, n. 40, 2 out 1926.
[155] *Fon Fon*, Rio de Janeiro, ano XX, n. 43, 23 out 1926.
[156] *Fon Fon*, Rio de Janeiro, ano XX, n. 44, 30 out 1926.
[157] Notas de arte. *A Cigarra*, São Paulo, ano XIV, n. 286, p. 29, out 1926.
[158] A *Rainha dos Empregados do Comércio* e suas preferências. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 3, 4 jan 1927.

no cinema Parisiense em 21 de fevereiro de 1927[159]. Não temos notícias sobre a existência desta produção; todavia, Noemia participou futuramente como atriz do ciclo de cinema do Rio de Janeiro (com o pseudônimo de Noemia Zita), no filme inacabado *A idade das ilusões* (Rui Galvão, 1929).

Iniciativas como as supracitadas mostram que a ideia da beleza feminina, embora estivesse fundamentada, nos anos vinte, numa percepção essencialmente física, ainda era associada a qualidades como a simpatia, a virtude moral ou a inteligência (SCHPUN, *op. cit.*). A União dos Empregados do Comércio e o Centro Acadêmico Nacionalista não desejavam escolher como rainha a mais bela entre as auxiliares do comércio ou entre as acadêmicas cariocas, mas jovens cuja beleza viesse acompanhada de outros predicados.

Os concursos de beleza mobilizavam a sociedade, ofereciam assunto para conversa, legitimavam o modelo dominante de apresentação física da elite e a inserção de suas candidatas ocasionais numa sociedade de consumo moderna. As mulheres votadas nos concursos supracitados eram jovens, brancas e visivelmente de acordo com os cânones da moda (os cabelos *à La Garçonne* dominavam), da classe e da distinção no uso da maquiagem. Atentamos ao fato de que, embora jamais fossem obesas, as moças votadas nos concursos de beleza nem sempre eram esbeltas (como vemos nas fotos abaixo, de *A Cigarra*); todavia, o padrão de magreza dos anos 1920 se mostrava mais flexíveis do que seria a partir de meados do século passado e já assinalamos que o discurso da silhueta feminina delgada não necessariamente correspondia ao gosto popular. Tais iniciativas eram mencionada como "empreendimento de alto alcance social"[160], "acontecimento de maior sensação"[161], "causando verdadeiro sucesso"[162].

Em São Paulo, outro concurso de beleza movimentou a cena pública em 1926: o Concurso das Louras e Morenas de *A Cigarra*, que, dividindo as senhoritas por essas duas "categorias", propunha-se a eleger o mais característico tipo de cada, oferecendo como prêmio às vencedoras uma assinatura anual da revista e, às vice e terceiras colocadas, uma

---

[159] "Inúmeras tem sido as homenagens prestadas a Sua Majestade: Não houve, entretanto, até agora a exibição de filme algum onde mlle. Noemia Nunes fosse apresentada". A *Rainha dos empregados no comércio* posou para um filme. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 6, 17 fev 1927.

[160] A primeira *Rainha dos Estudantes*: foi consagrada, por expressiva votação, a Srta. Zita Coelho Netto. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, 21 set 1926.

[161] A *Rainha dos empregados no comércio* posou para um filme. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 6, 17 fev 1927.

[162] O concurso de beleza feminina do Circuito Nacional dos Exibidores: as senhoritas mais votadas. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 7, 10 set 1926.

assinatura semestral[163]. As candidatas eram propostas pelos leitores e a revista publicava listas com os resultados da votação[164]. O concurso foi tido como um "extraordinário sucesso"[165]; segundo publicou-se, uma das moças chegou a receber 2.000 votos num só dia.

Entre as louras, as vencedoras foram Maria Luiza Queiroz Teles, com 7.222 votos, Dezinha Cunha Bueno, com 7.210, e Dirce Mello Godoy, com 7.209. Como morena, Rosalina Sampaio venceu Alexandra Maluf pela diferença de um voto, contando 8.606, ficando em terceiro lugar Sophia Teffeha, que recebeu 8.599 votos (assim como a segunda colocada, ela pertencia à colônia síria). Próximo à apuração final, pediu-se às candidatas que enviassem fotografias para "poder estampar nas suas páginas os retratos de suas caras e lindas amiguinhas"[166]. As morenas, tão expressivamente votadas, foram mostradas na revista durante os meses seguintes[167]. Findo este certame de beleza feminina, *A Cigarra* abriu mais um de seus concursos, "para se saber o rapaz que, não só pelo seu físico como, principalmente, pelas suas qualidades morais, está em condições de ser um ótimo partido para casamento"[168].

---

[163] Em 1926, Sergio Silva afirmou que, no Brasil, não se faziam concursos de beleza pela imprensa. No entanto, em nossa pesquisa, deparamo-nos naquele ano com o da Rainha dos Estudantes, patrocinado por *O Globo*, o das Loiras e Morenas instituído pela *Cigarra* e o da Rainha dos Empregados do Comércio, que, segundo Jurandyr Noronha (*op. cit.*), foi organizado pelo vespertino *A Noite*.

[164] Da mesma forma, o concurso do Circuito Nacional de Exibidores tinha suas listas das mais votadas de cada cinema sistematicamente publicadas na *Selecta* e no *Correio da Manhã*; por vezes, também em *Cinearte*.

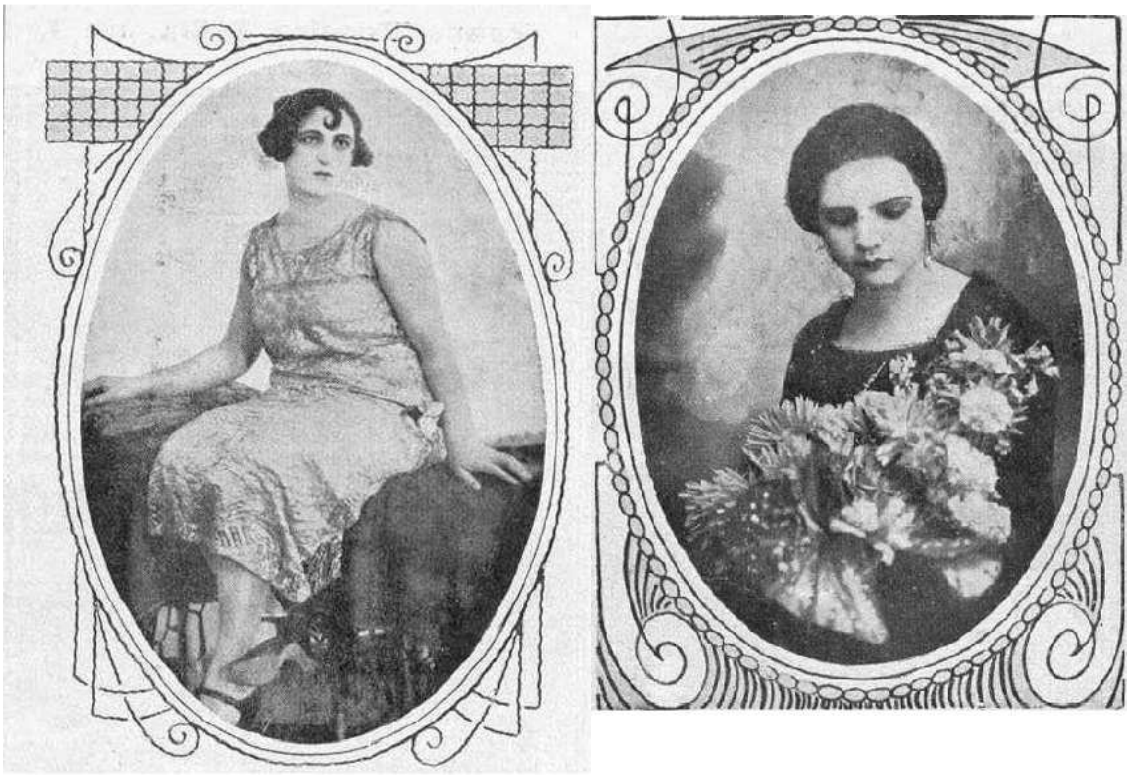
[165] Os concursos d'*A Cigarra*: Louras e Morenas. *A Cigarra*, São Paulo, ano XIV, n. 283, p. 21, 2ª quinzena ago 1926.

[166] *Idem*, *ibidem*.

[167] "A exma. senhorita Alexandra Maluf, que, com 8.605 votos, alcançou o segundo lugar no Concurso das Morenas, realizado pela *A Cigarra*". Louras e Morenas. *A Cigarra*, São Paulo, ano XIV, n. 285, p. 40, 2ª quinzena set 1926; "Zenaide Villalva Araújo, 8.197 votos. Dulcinea Amaral Mello, 8.597 votos. Eva Correa, 8.254 votos. Aurelia de Paula, 8.461 votos". Os concursos d'A Cigarra: Morenas. *Ibidem*, p. 25; "A exma. senhoria Judith de Paula, que, como morena, obteve 6.300 votos no Concurso das Louras e Morenas promovido pel'A Cigarra". Concurso das Louras e Morenas. *A Cigarra*, São Paulo, ano XIV, n. 287, p. 38, 2ª quinzena out 1926; "A nossa apreciada colaboradora senhorita Maria B. Tucci, que, pelos seus atrativos, alcançou, no último concurso da *Cigarra*, o significativo sufrágio de 4.888 votos". Concurso *Louras* e *Morenas*. *A Cigarra*, São Paulo, ano XIV, n. 288, p. 25, 1ª quinzena nov 1926; "A exma. senhorita Sophia Teffeha, que, com a alta contagem de 8.599 votos, alcançou o terceiro lugar no concurso de *Morenas*, aberto pela *A Cigarra*". Concurso *Louras* e *Morenas*. *A Cigarra*, São Paulo, ano XIV, n. 289, p. 26, 2ª quinzena nov 1926.

[168] Os concursos d'*A Cigarra*: Louras e Morenas. *A Cigarra*, São Paulo, ano XIV, n. 284, p. 49, 1ª quinzena set 1926.

A. Maluf, 2º lugar no concurso de Morenas. *A Cigarra*, ano XIV, n. 285, p. 40, 2ª quinzena set 1926.



À esquerda: S. Teffeha, 3º lugar no concurso de Morenas. *A Cigarra*, ano XIV, n. 289, p. 26, 2ª quinzena nov 1926. À direita: Maria B. Tucci, uma das "morenas". *A Cigarra*, São Paulo, ano XIV, n. 288, p. 25, 1ª quinzena nov 1926

Ser bela constituiu-se em parte da função social da mulher, como é evidente nos discursos que insistiam no trabalho da beleza. O investimento na apresentação corporal tornou-se fundamental para elas, na medida em que seu lugar, sua voz e seu prestígio naquela sociedade patriarcal estavam condicionados à aparência bela, ao seu potencial para atrair os olhares dos homens. As belas possuíam maior poder de sedução e, por conseguinte, mais oportunidades no mercado matrimonial, enquanto as casadas tinham vantagens sociais em relação às solteiras (SCHPUN, *op. cit.*). Ao mesmo tempo, os concursos de beleza coroavam rainhas que denotavam elegância e sofisticação, em conformidade com os critérios do código estético dominante difundido em nossa sociedade, a partir das tendências dos cânones da beleza internacionais, que eram cada vez mais definidos pelo modelo das estrelas de Hollywood. A assimilação interna desses modelos de beleza e os concursos, que funcionariam como vitrines de nossas belas mulheres, expressam o desejo do Brasil moderno da década de vinte de se colocar ao lado das nações que os difundiam (*idem, ibidem.*).

Neste capítulo, discutimos estereótipos construídos pelos Estados Unidos, e, analogamente, por Hollywood, em relação aos povos latinos – a imagem de "latinidade" como síntese de uma polifonia de grupos étnico-nacionais – e da América Latina como território. Procuramos esclarecer como os WASP tiveram o domínio sobre a representação de sua imagem e sobre a de outros grupos, estigmatizados. Ademais, historicizamos a incorporação do modelo de beleza da juventude, da brancura e da esbelteza, signo da modernidade, da urbanização e de transformações do código moral tradicional, e influenciado pela imagem das estrelas do cinema internacional. Destacamos ainda a popularização dos concursos de beleza feminina durante os anos vinte, oferecendo exemplos de alguns deles que ocuparam espaço em jornais e revistas brasileiros em 1926-1927, com destaque para o do Circuito Nacional de Exibidores, que, assim como o da Fox, voltava-se ao cinema. Avaliamos em que medida as candidatas votadas nesses concursos reproduziam os cânones da beleza edificados pelo discurso social que reverberava em nossa imprensa. No último capítulo, que se segue, apresentaremos o júri do concurso da Fox, avaliaremos os resultados do certame a partir das publicações, e comentaremos as trajetórias de Lia Torá e Olympio Guilherme no cinema norte-americano.

CAPÍTULO 3

O FRACASSO DO "ESTRELISMO À BRASILEIRA": O JÚRI, OS RESULTADOS DO CONCURSO DA FOX, A IDA A HOLLYWOOD

Nos capítulos anteriores, oferecemos explicações para o interesse da Fox Film em instituir um concurso de beleza no Brasil (e noutros países da América do Sul) no biênio 1926-1927; expusemos um panorama do nosso frágil e atravancado cinema nacional à época, que, para *Cinearte*, precisava de estrelas para florescer; e comentamos a cobertura de nossos jornais e revistas ao concurso, atentando a um discurso que vinculava a fotogenia ao estrelismo e, este, ao sucesso e qualidade dos filmes.

Do mesmo modo, contextualizamos o cinema silencioso, auge do fenômeno do *Latin lover*, como o período de maior prosperidade para atores latinos em Hollywood, quando muitos atingiram o status de estrelas de primeira grandeza, sendo considerados modelos de beleza, e apresentamos uma imagem de latinidade estereotipada pelo cinema norte-americano. Discutimos a incorporação de padrões de beleza no Brasil dos anos vinte, próximos à imagem das estrelas de Hollywood, pautados pela modernização da sociedade e pela urbanização, que provocaram mudanças nas formas de interação entre homens e mulheres; e apresentamos outros concursos de beleza mencionados pela imprensa brasileira no período, no contexto de popularização deste tipo de certame ao redor do mundo.

Neste terceiro capítulo, discutiremos a composição do júri brasileiro e os resultados do concurso da Fox. Ainda, a partir das publicações na imprensa nacional, e principalmente em *Cinearte*, abordaremos a ida dos vencedores, Lia Torá e Olympio Guilherme, a Hollywood, enfatizando novamente o discurso do estrelismo. Por fim, comentaremos brevemente suas experiências na "terra do cinema", que, em medida menor (no caso de Lia) ou maior (no de Guilherme), resultaram em fracasso, uma vez que a Fox não renovou seus contratos e que, ao contrário das previsões de glória publicadas em nossos periódicos, que incentivavam os leitores a crer na vitória de nossos artistas no cinema norte-americano, eles não conquistaram Hollywood.

3.1.O JÚRI BRASILEIRO: UMA BUSCA POR LEGITIMIDADE ARTÍSTICA

Segundo as bases do concurso da Fox:

> III – A seleção dos concorrentes será feita por um júri composto de onze pessoas, cinco daqui, cujos nomes serão oportunamente publicados, e seis de Nova York, figuras de destaque dos corpos executivo, administrativo e técnico da Fox.
>
> 1) o júri local escolherá dentre os concorrentes cinquenta moças e cinquenta rapazes que serão submetidos a uma prova cinematográfica, afim de apurar as suas qualidades fotogênicas. A prova será dirigida por um técnico da Fox, vindo especialmente de Nova York, perito em *maquillage*, além de excelente operador, e poderá ser realizada no Rio ou no lugar de residência do candidato, conforme for mais conveniente.
> 2) dos cem candidatos serão escolhidos cinco de cada sexo a serem submetidos à apreciação dos seis juízes de Nova York que pronunciarão o *veredictum* definitivo, proclamando o vencedor e a vencedora do concurso. Reserva-se, porém, a Fox, o direito de aproveitar todos os que revelarem boas aptidões para a carreira cinematográfica, oferecendo-lhes contrato.
> 3) a Fox poderá mudar o nome dos vencedores, por atender a preceitos de eufonia.

Novamente, vemos aqui afirmado o discurso do estrelismo do cinema de estúdio, que impunha como condição a "qualidade fotogênica" e, produzindo personalidades da tela como commodities, manejava suas figuras dentro e fora dos filmes em termos daquilo que funcionasse melhor para consumo. Compreendemos, assim, a cláusula segundo a qual a Fox poderia mudar o nome dos vencedores, para que soassem melhor. Tendo em vista o que discutimos no segundo capítulo em relação às *Latin stars*, possivelmente isso significava que deveriam soar "mais latinos".

Como exposto no trecho citado, caberia à comissão classificadora no Rio de Janeiro selecionar os cinquenta rapazes e as cinquenta moças mais fotogênicas para prestarem testes de câmera, a partir das fotografias recebidas juntamente com os boletins de inscrição. O técnico da Fox, vindo especialmente dos Estados Unidos, tratava-se do operador de câmera Paul Ivano, sobre quem comentamos no Capítulo 1. Ao júri local caberia ainda escolher dez entre estes testes, cinco femininos e cinco masculinos, para remeter ao júri dos Estados Unidos, que seria responsável pela "sentença última e irrevogável que produzirá, para os dois

únicos eleitos, uma passagem de 1ª classe, um contrato gordo e uma imortalidade indiscutível”[169].

A comissão julgadora norte-americana era composta por William Fox, presidente do estúdio, Winfield R. Sheehan, vice-presidente e gerente geral, que mencionamos no primeiro capítulo como importante administrador nos planos de expansão da Fox; Jack G. Leo, vice-presidente; Saul E. Rogers, vice-presidente e consultor jurídico; Sol M. Wurtzel, gerente de produção do estúdio em Los Angeles; e Clayton P. Sheehan, gerente do departamento estrangeiro[170]. A publicação dos nomes do júri brasileiro aconteceu em outubro, quando José Matienzo retornou ao Rio de Janeiro, após sua viagem ao Chile e à Argentina para estabelecer versões do concurso de beleza fotogênica da Fox (mencionamos este episódio no primeiro capítulo). De acordo com o *Correio da Manhã*: “havendo a poderosa empresa desejado elevar no conceito público o interessante certame [...], solicitou de figuras, de grande destaque nas letras e nas artes o seu preciosíssimo auxílio”[171]

Enquanto notamos que o júri dos Estados Unidos se formava exclusivamente por dirigentes do estúdio, “figuras de destaque dos corpos executivo, administrativo e técnico da Fox”, no brasileiro, recorreu-se a personalidades ligadas à arte e à literatura, colaboradores de revistas e jornais de grande circulação, em sua maioria, como a “escritora, poetisa e cronista de elegâncias que todo o Brasil admira e de que nossa raça se orgulha”[172] Rosalina Coelho Lisboa, o crítico teatral fluminense Mário Nunes, e o romancista, poeta, contista, crítico e teatrólogo Coelho Netto. A estratégia de valer-se “de figuras de grande destaque nas letras e nas artes” para “elevar no conceito público” o concurso exibe uma tentativa de seus organizadores para legitimá-lo. Assim, se o cinema era visto como uma manifestação cultural de caráter popular, expressão da vulgar cultura de massa, e as fofocas das estrelas veiculadas pela imprensa, ao mesmo tempo em que revelavam a identidade dos artistas e alimentavam o desejo dos fãs por conhecê-los, participando na construção do discurso sobre as estrelas, colaboravam para uma conotação negativa, e mesmo imoral, do meio, a imagem do certame poderia ser positivada se associada a um júri entusiasta e atuante nas artes. Entre seus nomes, estavam membros prestigiados da sociedade brasileira; Mário Nunes, sendo crítico de teatro de revista, não estava ligado à cultura erudita, mas este era o caso de Coelho Neto e Rosalina Coelho Lisboa.

---

[169] A caminho de Hollywood. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, p. 2, 28 jan 1927.
[170] O concurso da Fox: quais serão os vencedores? Primeira reunião do júri da Fox. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 40, p. 10, 1º dez 1926.
[171] Concurso de beleza fotogênica da Fox: o júri brasileiro. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 6, 28 out 1926.
[172] *Idem, ibidem*.

Coelho Neto já foi citado no capítulo anterior como pai de Zita Coelho Netto, a Rainha dos Estudantes, e de Violeta Coelho Netto, candidata a Rainha do Cinema pelo Odeon. É justamente este último fato que torna curiosa sua participação no júri da Fox, pois, como comentamos, em dezembro de 1926 (quando transcorriam os trabalhos do júri)[173] foi publicado em *Selecta* que Coelho Neto escrevera uma carta onde afirmava que sua filha Violeta não era candidata no concurso de beleza para a tela do Circuito Nacional de Exibidores e, caso vencesse, não contrataria as obrigações advindas de sua vitória. Ou seja, ao mesmo tempo em que recebia a tarefa de escolher um casal de jovens a ser contratado pela Fox Film em Hollywood, Coelho Neto publicamente proibia sua filha de posar para um filme nacional. Embora o preconceito reinante em relação ao cinema brasileiro fosse ainda mais acentuado do que em relação ao estrangeiro, sua posição nos parece contraditória.

Escritor bastante popular à época, nascido no Maranhão, de pai português e mãe índia, Coelho Netto presidia então a Academia Brasileira de Letras e, segundo afirmava o *Correio da Manhã*, era "apóstolo da cultura física da mocidade brasileira"[174]. Tomara parte na campanha abolicionista e, entre a última década do século XIX e a primeira do século XX, foi professor de História da Arte na Escola Nacional de Belas Artes, no Rio de Janeiro, professor de Literatura do Colégio Pedro II e professor de História do Teatro e Literatura Dramática da Escola de Arte Dramática Municipal, que dirigia à época do concurso da Fox. Exerceu cargos públicos no governo do estado do Rio de Janeiro e foi deputado federal pelo Maranhão por dois mandatos (em 1909, sendo reeleito em 1917). Além destas funções, Coelho Netto atuava em revistas e jornais, no Rio de Janeiro e noutras cidades, assinando trabalhos com seu próprio nome, mas escrevendo também sob inúmeros pseudônimos. A maior parte de seus contos, romances e textos dramáticos foi publicada até o período que tratamos aqui e, embora ele tenha sido, por muitos anos, o escritor mais lido do Brasil, eleito, em 1928, num concurso realizado por *O Malho*, o Príncipe dos Prosadores Brasileiros, naqueles anos vinte Coelho Netto já sofria ataques e críticas vorazes por parte das gerações mais recentes, sendo visto pelos modernistas (Mário de Andrade, Graça Aranha, Oswald de Andrade, entre outros) como o avesso da arte moderna.

Mário Nunes era dramaturgo e crítico teatral (sua fortuna crítica entre 1913 e 1934 foi reunida no livro em três volumes *40 anos de teatro*, de 1959). Nossas primeiras revistas

[173] A *Cinearte*, n. 40, de 1º de dezembro de 1926, anuncia a primeira reunião do grupo.
[174] Concurso de beleza fotogênica da Fox: o júri brasileiro. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 6, 28 out 1926. Além de Zita e Violeta, cuja votação em concursos de beleza mostrava sua inserção na cultura física dos anos vinte, seu filho, João Coelho Netto, era adepto da prática de esportes diversos e tornou-se figura de destaque no clube Fluminense.

dedicadas ao tema cinema surgiram na década de 1910, assinalamos anteriormente, e, neste contexto, em 1918, Nunes criou a *Palcos e Telas*, que passou a trazer críticas dos filmes em cartaz. Ele foi um dos fundadores da Associação Brasileira de Críticos Teatrais, onde atuou como presidente e vice-presidente. À época do concurso, publicava críticas teatrais no *Jornal do Brasil* (para o qual escreveria até 1964), além de outros periódicos[175].

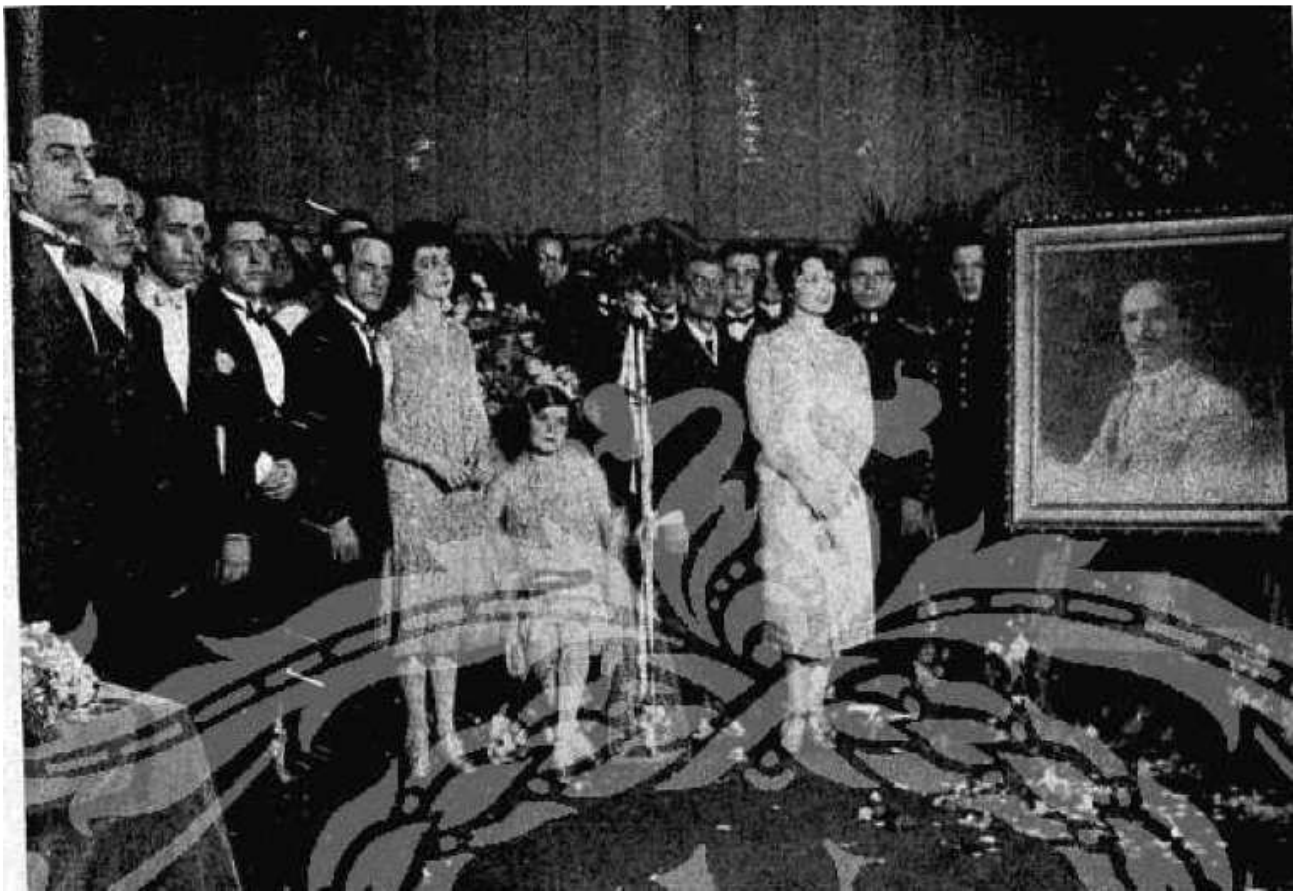
É importante destacarmos a presença de Rosalina Coelho Lisboa no júri brasileiro. Numa iniciativa incomum ao que acontecia nos concursos de beleza do período, segundo descrito por Schpun (1999), a Fox convidava uma mulher – jovem – para julgar, não apenas a beleza de outras mulheres, mas a de homens. A carioca tinha então 26 anos; publicara, aos 14, seu primeiro soneto, na revista *Fon Fon*, tornando-se colaboradora assídua da revista *Careta* a partir do ano seguinte. Viúva aos 19 anos, Rosalina passou a escrever intensamente, sob diferentes pseudônimos, para jornais e revistas, continuando ao longo de toda a década de vinte. Em 1922, começou a ensinar inglês no Instituto Benjamim Constant e obteve o primeiro lugar num concurso da Academia Brasileira de Letras, com o livro de poesias *Rito Pagão*. Rosalina era ainda ativista política e seria partidária da Revolução de 1930. Além de, em 1933, ser a única mulher a participar do comitê encarregado da aprovação e regulamentação da radiodifusão educativa no Brasil, elaboraria, a pedido de Getúlio Vargas, um programa de propaganda revolucionária pelo rádio, e pregaria em discursos e artigos o combate ao comunismo, atuando também como diplomata durante a década de trinta[176].

Rosalina foi a segunda colocada na eleição da Rainha dos Estudantes e a edição do *Correio da Manhã* que dava a conhecer o júri brasileiro da Fox citava, na mesma página, seu nome como uma das mais votadas no cinema Odeon no concurso do Circuito Nacional de Exibidores. Ela defendia a intervenção da mulher na política, a igualdade de direitos entre os sexos e o aproveitamento da força de trabalho feminina, e exemplifica a nova mulher dos anos vinte, modernizada em suas aspirações e sua influência social. Destacamos sua presença aqui por tratar-se de uma mulher, jovem, atuante no mercado de trabalho, renomada como escritora e cuja adequação aos padrões de beleza vigentes era ressaltada pela expressiva votação que recebeu naqueles dois concursos para "rainha". A proposição de sua candidatura nesses

[175] Informações retiradas da Enciclopédia Itaú Cultural de Teatro. Disponível em: http://www.itaucultural.org.br/aplicExternas/enciclopedia_teatro/index.cfm?fuseaction=personalidades_biografia&cd_verbete=803 Acesso em 11 dez 2013.

[176] Informações retiradas do *Dicionário mulheres do Brasil: de 1500 até a atualidade*. SCHUMAHER, Schuma; BRAZIL, Érico Vital. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2000.

certames é prova de que Rosalina estava de acordo com os cânones de apresentação corporal da época, e, ao mesmo tempo, de que gozava de prestígio na sociedade.



Rosalina Coelho Lisboa, à direita de Zita Coelho Netto (sentada), na coroação da Rainha dos Estudantes, no Instituto Nacional de Música, no Rio de Janeiro, em setembro de 1926. *Fon Fon*, n. 40, 10 fev 1926.

Rosalina Coelho Lisboa (na ponta, à direita, ao lado de José Matienzo), no almoço que reuniu os membros do júri da Fox, em novembro de 1926. *Cinearte*, v. 1, n. 40, 1º dez 1926.

Além de Coelho Neto, Mário Nunes e Rosalina Colho Lisboa, integrava este júri de membros de "grande destaque" na cultura brasileira o pernambucano José Mariano Filho, médico e historiador da arte, professor e então diretor da Escola Nacional de Belas Artes. Mariano foi um dos expoentes do movimento neocolonial, de orientação nacionalista, que propunha novos caminhos para a modernização da arquitetura no Brasil, procurando elementos de cunho nacional com base na defesa das manifestações artísticas tradicionais e o retorno às raízes culturais e étnicas portuguesas, remetendo ao nosso período colonial[177]. Num meio intelectual profundamente marcado pelo nacionalismo, o movimento colonial encontrou grande repercussão, sendo acolhido por escritores como Monteiro Lobato, Manuel Bandeira e Mário de Andrade, artistas e arquitetos. José Mariano Filho atuou intensamente nesta campanha; como presidente da Escola Nacional de Belas Artes, patrocinou viagens de arquitetos às cidades históricas mineiras, como Diamantina, Ouro Preto, São João Del-Rey e Congonhas do Campo. Tendo alguma influência no governo, levou o neocolonial à pauta dos concursos e construções oficiais, do que os projetos dos pavilhões do Brasil na Exposição da Filadélfia, de 1925, e na Exposição de Sevilha, de 1928, inspirados na arquitetura tradicional brasileira, foram exemplos.

Eram também parte da comissão julgadora brasileira José Matienzo e Alberto Rosenvald, diretor da Fox no Brasil, ambos técnicos "em cinematografia e fotogenia"[178]. Segundo a matéria do *Correio da Manhã*, "a Fox não podia pretender mais do que obteve e [...] os candidatos à carreira gloriosa que os estúdios de Hollywood lhes proporcionará tem agora a segurança de absoluta seriedade desse certame"[179]. Os testes em São Paulo se estenderam até o início de 1927. A mídia mencionava o "mau tempo" como causa de atraso nos trabalhos e, consequentemente, no julgamento final dos dez classificados[180]. Em dezembro, a *Cinearte* noticiou que José Matienzo reunira os membros do júri em um almoço, ao qual também compareceram Paul Ivano e Armando Ribeiro, auxiliar da agência da Fox no Rio de Janeiro. A revista ansiava para que:

---

[177] Informações retiradas do *Correio da Manhã*, de 28 de outubro de 1926, e da Enciclopédia Itaú Cultural de Artes Visuais. Disponível em: http://www.itaucultural.org.br/aplicexternas/enciclopedia_ic/index.cfm?fuseaction=termos_texto&cd_verbete=3809 Acesso em 11 dez 2013.

[178] Concurso de beleza fotogênica da Fox: o júri brasileiro. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 6, 28 out 1926.

[179] *Idem, ibidem*.

[180] A "carta futurista" de Georgette Ferret a Pedro Lima, que citamos em nota no Capítulo 1, mencionava o mau tempo: "ainda não tirei minha prova no concurso da Fox parce que il fait trés mauvais temps ici aussitôt q'ils retournerons a Rio nos irons aussi en meme temps". Carta de Georgette Ferret a Pedro Lima, 1º de janeiro de 1927. Arquivo Pedro Lima, Cinemateca Brasileira. Segundo *Cinearte*: "*Matty* [José Matienzo] continua a tirar calmamente os seus *tests* e cansado de dizer que a escolha final será feita em New York. Só não gosta que chova". O concurso da Fox. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 45, p. 8, 5 jan 1927.

> [...] os trabalhos do júri corram na maior regularidade e sejam selecionados, de fato. As cinco moças e os cinco rapazes realmente mais fotogênicos, e, como pretendentes a estrelas e galãs, as moças e os rapazes respectivamente de tipos mais *something different* e *sex-atraction*, que são os que ocupam tais posições e logicamente os mais comerciais... Esperemos...[181]

3.2.OS RESULTADOS DO CONCURSO NA IMPRENSA

Articulava *A Cena Muda* que "a seriedade com que a seleção final dos vencedores se está fazendo, indubitavelmente exige muito tempo"[182], de modo que não poderia "ser satisfeita a grande ansiedade que manifestam os interessados por antecipar a decisão dos membros do júri"[183], que, por cartas e telefonemas, solicitavam esclarecimentos sobre o resultado. José Matienzo explicava, ressaltando a idoneidade e imparcialidade da seleção, que a demora era natural, em vista do sistema empregado para a seleção final, em que cada um dos membros do júri, individualmente, dava uma nota a cada um dos concorrentes, ignorando a cotação dada pelos outros julgadores, que era do conhecimento apenas de Matienzo. Os cinquenta candidatos de média mais elevada eram submetidos à prova cinematográfica e, findos esses testes, os concorrentes eram novamente submetidos ao júri, cada membro dando uma cotação a cada teste de câmera. O total destas notas se juntava ao da classificação feita anteriormente pelos retratos e a soma das duas era então dividida por dois, chegando-se a uma medida do valor total. Por fim, "os cinco candidatos de cada sexo, que tiverem média maior serão escolhidos para serem submetidos ao júri norte-americano, que dará a decisão final".[184]

Matienzo previa apresentar o veredito dentro de uma semana, no mais tardar. A ata do júri nacional foi divulgada pela imprensa e publicada nos primeiros dias de fevereiro, avaliando a empreitada como um fracasso:

> Acedendo ao convite que nos fizeram os dignos representantes da Fox Film Corporation, desta cidade, para julgarmos o concurso fotogênico do qual resultaria a escolha de duas figuras de tipo acentuadamente brasileiro [...] apresentamos o julgamento aos que nos honraram com a sua confiança. Cumpre-nos, entretanto, dizer que tal certame, em verdade mera experiência, e frustra, não deu o resultado que esperávamos, falência, essa, que atribuímos ao injusto preconceito contra o cinema, ainda existente em nosso

[181] O concurso da Fox: quais serão os vencedores? Primeira reunião do júri da Fox. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 40, p. 10, 1º dez 1926.
[182] O Grande concurso da Fox: como se está fazendo a seleção final. *A Cena Muda*, Rio de Janeiro, v. 6, n. 304, p. 5, 20 jan 1927.
[183] *Idem, ibidem*.
[184] O Grande concurso da Fox: como se está fazendo a seleção final. *A Cena Muda*, Rio de Janeiro, v. 6, n. 304, p. 5, 20 jan 1927.

> meio. Estamos, porém, convencidos de que, realizada a primeira demonstração pública, em filme que apareça, com êxito, uma figura brasileira conhecida, na concorrência a outra prova não faltarão elementos que, então revelem o nosso tipo com todos os seus dotes plásticos de expressão. Todavia, recomendamos à alta direção da Fox em primeiro lugar a concorrente Lia Torá e em segundo Clotilde Martins dos Santos, Yvonne Daumerie e Graciema Guimarães Natal. Todos os concorrentes do sexo masculino foram julgados inaptos.[185]

A iniciativa da Fox, que ocupava as páginas de nossa imprensa desde abril do ano anterior, encerrava seus trabalhos no Brasil sendo considerada, portanto, "mera experiência"; em suma, um fracasso, pois entre os concorrentes não teriam se apresentado tipos capazes de representar a fotogenia brasileira. Lembramos que alguns atores e atrizes de filmes brasileiros participaram do concurso (Lelita Rosa, Luiz Sucupira, Armanda Maucery, Georgette Ferret, Diogenes Nioac, Francisco Mauro, Olyria Salgado). Por conseguinte, enquanto *Cinearte*, em sua ficção estrelista, esforçava-se para promovê-los como astros do cinema nacional, eles foram considerados pela comissão julgadora – em seu próprio país, destacamos – inaptos para o cinema, incapazes de representar o "tipo acentuadamente brasileiro" que Hollywood buscava. Isto mostra também uma inadequação dos "tipos" que apareciam nos filmes nacionais ao modelo de fotogenia do *star system* hollywoodiano.

O júri atribuía como causa das expectativas frustradas o preconceito em relação ao cinema que ainda havia em nossa sociedade, comprovado por um episódio como o que citamos no capítulo anterior, quando Violeta Coelho Netto teve sua candidatura no concurso do Circuito Nacional de Exibidores impugnada pelo pai, ou pela discrepância entre o número de mulheres e homens que se inscreveram no concurso da Fox, como mencionamos no primeiro capítulo. Mas, afirmando novamente o discurso já comentado aqui, que afiançava a crença no estrelismo brasileiro em Hollywood, a comissão julgadora punha fé num novo concurso, para o qual se apresentariam concorrentes mais aptos, encorajados pelo sucesso de um brasileiro no cinema norte-americano.

Divulgada a decisão do júri brasileiro, que não recomendou nenhum dos homens à comissão julgadora nos Estados Unidos, algumas publicações deram espaço às fotografias das classificadas[186]. Não encontramos referências de que Yvonne Daumerie, Clotilde Martins dos

---

[185] Concurso de beleza fotogênica da Fox Film. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, p. 8, 8 fev 1927; Concurso de beleza fotogênica da Fox Film. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 53, p. 37, 2 mar 1927.

[186] "Lia Torá, aliás, Nadige Correia d'Avilas, nasceu no Rio de Janeiro, e esteve longo tempo na Espanha, de onde voltou para o Brasil como bailarina da Companhia Velasco". *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 49, p. g1, 2 fev 1927; "Clotilde Martins dos Santos, a quem merecidamente coube o Segundo lugar no concurso da Fox. *Selecta* deseja ver-lhe em breve ao lado de Ramon; são nossos votos". *Selecta*, Rio de Janeiro, ano XIII, n. 6, 9

Santos e Graciema Guimarães Natal hajam participado de alguma filmagem no cinema nacional. Yvonne era bailarina e apresentara, na Semana de Arte Moderna de 1922, um número de dança, acompanhado por solos de piano de Guiomar Novaes. Graciema faria carreira nas artes plásticas, como pintora, nas décadas seguintes.

Lia Torá, em fotografia de *Cinearte*, v.2, n.49, de 2 de fevereiro de 1927 (esq.), que, segundo a revista, fora tirada com a maquiagem preparada para seu teste no concurso. Os efeitos de maquiagem lhe provocaram alguma mudança, em comparação com esta outra imagem sua, publicada na *Cinearte*, v.2, n.75, de 3 de agosto de 1927.

---

fev 1927; "Lia Torá, primeiro prêmio no concurso de beleza da Fox-Film". *Selecta*, Rio de Janeiro, ano XIII, n. 7, 16 fev 192;."[...] a senhorita Lia Torá, natural do Rio de Janeiro, que se vê sentada entre as senhoritas Clotilde Martins, natural de Santos [...] e Graciema Guimarães, natural do Rio [...], respectivamente, conquistadoras do 1º, 2º e 4º lugares do Concurso da Fox. Nesse concurso, a nossa festejada Yvonne Daumerie obteve o 3º lugar". Concurso da Fox. *A Cigarra*, São Paulo, ano XV, n. 295, p. 24, 2ª quinzena fev 1927. Fotografias Lia Torá e Clotilde Santos já haviam sido publicadas na *Cinearte*, v. 2, n. 45, de 5 de janeiro de 1927.

Acima, Lia Torá, entre Clotilde Martins dos Santos e Graciema Guimarães Natal; ao centro, Yvonne Daumerie; abaixo, Lia. Fotos publicadas em *A Cigarra*, n. 295, ano XIV, fev 1927.

Todas as classificadas vinham do Rio de Janeiro ou do estado de São Paulo. Percebemos que, com as restrições indicadas nas bases do concurso da Fox, em relação à idade, ao peso e à cor da pele das concorrentes, elas estavam de acordo com os cânones de uma beleza que podia ser considerada comercial, próxima ao modelo de apresentação corporal das estrelas de Hollywood. Na primeira quinzena de fevereiro de 1927, Sergio Silva se manifestou em *Selecta* sobre o fim do concurso, que considerou um "caso de polícia":

> Está terminado o concurso fotogênico da Fox e o que ele foi se resume em três palavras: uma vergonha! Uma palhaçada! Um desaforo! Os diretores desse concurso reuniram na sede da agência daquela fábrica um grupo de julgadores e assistentes – esquecendo-se de convidar os representantes da polícia e do Ministério do Exterior.

Para ele, a intervenção destas duas instâncias se fazia necessária, pois:

> Moças houve que acreditaram na boa fé com que agiam os encarregados de angariar fichas necessárias para o concurso; mas, ante exigências que lhe foram feitas – segundo se nos afirmou – daqueles que queriam se prevalecer do momento, crentes de que o desejo de ser artista de cinema e de ir para Hollywood superaria nelas tudo, até os motivos extremos, elas recuaram.

Silva atacava a lisura do concurso e, de maneira bastante vaga, acusava alguns "encarregados" de agirem de má fé, aproveitando-se do sonho de estrelismo das concorrentes. Ele parece sugerir que as "exigências" que lhes foram feitas seriam de caráter sexual e que, em vista delas, muitas moças, possivelmente com qualidades satisfatórias para participar do concurso, recuaram – o que explicaria sua demanda pela polícia, já que a censura cinematográfica, nesse momento, ficava a cargo da polícia local. Havendo estas candidatas declinado frente às alegadas exigências, ofensivas à moral e ao comportamento de uma "moça de família", mas que eram impostas a elas como condição para uma carreira em Hollywood (vista com uma conotação negativa, como um "templo de perdição", desde os anos 1910), restaram concorrentes de pouco valor, na visão de Silva. E, possivelmente por isso, ele clamava pelo Ministério do Exterior, em relação à imagem negativa do Brasil que o filme abaixo mencionado projetaria nos Estados Unidos. Como assinalamos no primeiro capítulo, na década de vinte, defendia-se que as filmagens brasileiras evitassem imagens que nos "envergonhariam" internacionalmente, dando aos estrangeiros um "juízo errado" do Brasil e

de nosso povo, como negros, mulatos e pobreza, contrário à ideia de modernidade e civilidade que se queria exportar[187]. Silva corroborava este pensamento:

> Projetou-se na tela um filme, para o qual "posaram" os concorrentes de ambos os sexos. [...] Uma vergonha, porque vimos aparecer uma meia dúzia de moças bonitas e algumas "crioulas". Entre os rapazes, uma "canoa" de almofadinhas de quem se poderia dizer outras coisas, na maioria. Gente feia, gente sem "pose", gente sem físico. Um filme que se transformou em palhaçada. Mas, então, no Brasil, tão vasto e cuja mocidade, em grande parte, deseja se fazer artista de cinema, levada pela visão do belo, e pelo que ouve contar da vida dos artistas, dos seus amores, do seu ganho – no Brasil não encontram os do concurso coisa melhor? E tão fraco era o conjunto, quer masculino, como feminino, que a comissão julgadora nem tomou em consideração o número de "barbados" que se propunha a Valentinos, aceitando, no grupo feminino, apenas quatro figuras, que realmente podiam ser classificadas. Mas o que o público não sabe é que o número de concorrentes foi vasto, vastíssimo! A própria imprensa foi proclamando o sucesso desse concurso.[188]

Assim como o júri brasileiro, Silva considerava o concurso insatisfatório. Mas, se aquele apontava como causa o preconceito da sociedade brasileira em relação ao cinema, que teria feito com que poucos candidatos fotogênicos se inscrevessem, o diretor de *Selecta* responsabilizava a amoralidade dos envolvidos no certame. Seu comentário racista, permeado pelos ideais de branqueamento compartilhados pela nossa elite, associava a falta de características fotogênicas à cor da pele – as "moças bonitas" se opunham às "crioulas", "gente feia, gente sem pose, gente sem físico", ele bradava, na contramão dos cânones da beleza que discutimos no capítulo anterior. No Capítulo 1, atentamos à consagração da ideia de fotogenia por *Cinearte* como um conceito epidérmico de beleza, associado a luxo, higiene, juventude, boa aparência e *sex-appeal*. Poderíamos compreender pelas palavras de Silva que haveria entre nós – entre a parcela branca do nosso povo, vale novamente ressaltar – moças e rapazes com qualidades fotogênicas para serem levados a Hollywood e, lá, tornarem-se estrelas. Entretanto, o sonho do estrelismo destes jovens, de beleza física e moral, não poderia superar "os motivos extremos"; eles não sucumbiriam à amoralidade hollywoodiana, que aparecia como barreira à sua participação no concurso e seu futuro sucesso nos filmes. Restando apenas concorrentes menos qualificados, a apreensão do filme contendo os testes de

[187] Como se vê nesta passagem, reproduzida por Galvão (1983): "[...] E ter, antes de tudo, um cartão de visita bem alvo, bem bonito: dignidade, decência, moralidade". *Cinearte* 26 dez 28.
[188] Cinematográficas. *Selecta*, Rio de Janeiro, ano XIII, n. 6, 9 fev 1927.

câmera, onde se exibiria "'a beleza da mulher brasileira', mostrando tipos doentes e mulatas pernósticas", era, para Silva, um "caso de polícia e de diplomacia"[189].

A *Cinearte* endossava a opinião do júri: "Relativamente, o concurso foi fraco, mas você sabe o que é o preconceito contra o cinema". Defendia, igualmente, que "há muitos rapazes com bons tipos, mas... eles não se apresentaram. Que fazer?"[190] Nos meses seguinte, a revista prestou esclarecimentos em relação a especulações sobre o concurso. Entre elas, uma "notícia que não tem o menor indício de verdade, dizendo ter sido a decisão do júri brasileiro, desautorado pelo de New York, que não aproveitou nenhuma das candidatas escolhidas aqui", mencionando então um telegrama "aqui recebido de New York que diz terem sido os *tests* enviados a Hollywood, onde serão julgados e do resultado final desse julgamento será o Brasil cientificado"[191]. Noutro momento, em resposta à carta de um leitor de Pará de Minas, afirmou que "o concurso da Fox não foi anulado"[192], informação que confirmou no número seguinte, acrescentando que "teremos nós alguma coisa com outros jornais que dizem o contrário?"[193]. A revista concluía que "houve de certo, pequenas irregularidades como em todos os certames do mesmo gênero [...], mas que não explanaram o brilho do resultado que foi razoavelmente justo entre *os que se apresentaram*"[194].

Em junho, anunciou-se que o júri norte-americano chegara a um resultado, por enquanto, secreto[195]. No mês seguinte, foi noticiada a escolha do par que deveria seguir para Hollywood. *Cinearte*, mostrando-se afinada aos estúdios norte-americanos, ao aceitar o pedido da Fox para que guardasse discrição, declarou: à hora em que [*Cinearte*] escreve já sabe de tudo há muito tempo, mas apenas mantém reserva a pedido da Fox"[196]. A nota dizia haver também um vencedor entre os concorrentes masculinos (escolhido apenas pelo júri de Nova York, ressaltamos, sem que fosse mencionado pelo júri nacional), embora não revelasse ainda o nome de Olympio Guilherme. Nos meses de julho e agosto, foi amplamente divulgada pela imprensa a vitória de dois jovens brasileiros na empreitada da Fox, inclusive em

---

[189] *Idem, ibidem*.
[190] Questionário. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 55, p. 9, 16 mar 1927.
[191] Concurso de Beleza da Fox Film. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 60, p. 30, 20 abr de 1927..
[192] Questionário. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 71, p. 21, 6 jul 1927.
[193] Questionário. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 72, p. 21, 13 jul 1927.
[194] *Idem, ibidem*.
[195] Questionário. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 69, p. 28, 22 jun 1927.
[196] Concurso da Fox. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 72, p. 26, 13 jul 1927. No número seguinte, a revista afirmou ter recebido um telegrama do estúdio em Hollywood, "nos participando que já haviam escolhido os vencedores para o Concurso da Fox, e que estavam entre Lia Torá, Lydia Scarbia, Diogenes de Nioac e Olympio Guilherme". Quem é Lia Torá. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 73, p. 32, 20 jul 1927.

publicações que não haviam dado espaço ao concurso[197]. Sergio Silva se retratou em *Selecta* pelo combate ao concurso, que, segundo ele, não fora dirigido aos idealizadores da iniciativa, mas aos "inescrupulosos dirigentes desse concurso aqui no Brasil, que além das suas incompetências iam arrastando para um fracasso e desmoralização evidente a conceituada fábrica americana". Conforme escreveu:

> Felizmente, Mr. Fox soube compreender a tempo a meada em que ia caindo e, agindo com um formal critério, [...] nos dirigiu a nota abaixo [...]: "A Fox Film Corporation e os técnicos dos estúdios de William Fox, em Hollywood, escolheram [...] dois jovens brasileiros, que irão representar, na pátria do cinema, o nosso caro Brasil. Não podemos deixar de nos curvar diante da gentileza de William Fox, pois o magnata da poderosa empresa, pensando em realizar, pela primeira vez na cinematografia, concursos de beleza em vários países, lembrou-se e convidou em primeiro lugar o Brasil [...] quantos sonhos não terão surgido durante essa expectativa promissora? [...] O nosso júri não tinha indicado nenhum rapaz pelo fato de se acharem ainda em negativo os testes da maioria deles, entre os quais estava o do candidato escolhido. [...] Nada mais justo que essa escolha fosse procedida com a mais rigorosa severidade, pois ninguém ignora que a Fox gastou uma avultada quantia nesse certame, e precisava, portanto, para corresponder às promessas feitas à imprensa e ao público do Brasil, eleger dois candidatos que preenchessem perfeitamente as exigências requeridas. Olympio Guilherme e Lia Torá estão nesse caso: ambos portadores da mais perfeita beleza fotogênica, elegantes e inteligentes, conquistarão, por certo, a admiração de todos quantos tiverem oportunidade de enfrentar a câmara cinematográfica. Descendentes de famílias distintíssimas – ela, carioca, ele, da "elite" paulistana – levarão à grande pátria do cinema a afirmação grandiosa da beleza e elegância da raça brasileira".[198]

Silva acrescentava que "os dois patrícios, que nos vão representar na América (especialmente a senhorita Lia Torá) estão, dado as suas inclinações artísticas, na altura de figurar com vantagem, ao lado de seus colegas"[199]. Afinal, segundo escrevera, ambos possuíam beleza fotogênica – o que implicava serem brancos e jovens, ela, esbelta, ele, de

---

[197]"Lia Torá: A nossa gentil patrícia que conquistou o primeiro lugar no Concurso da Fox Film Corporation". *O Malho*, Rio de Janeiro, ano XXVI, n. 1297, p. 49, 23 jul 1927; "Olympio Guilherme: jovem patrício que conquistou o 1º lugar no grande concurso da Fox Film Corporation". *Ibidem*; "Lia Torá é a nossa formosa patrícia que um concurso organizado pela grande fábrica norte-americana Fox-Film acaba de proclamar representante da beleza feminina do Brasil nos estúdios cinematográficos dos Estados Unidos. Olympio Guilherme é o representante da beleza masculina do nosso país na terra do cinema, sendo escolhido, juntamente com a senhorita Lia Torá, pelos técnicos dos Studios da Fox-Film". *Fon Fon*, Rio de Janeiro, ano XX, n. 31, 30 jul 1927; Lia Torá. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 75, p. 17, 3 ago 1927; Nossa Lia. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 76, p. 8, 10 ago 1927; "Lia Torá: será a representante da nossa beleza feminina nos estúdios da Fox-Film, em Hollywood e em quem depositamos confiança. Olympio Guilherme: que ao lado de outros *astros* da Fox-Film, saberá de certo, procurar enaltecer o nosso Brasil". *Selecta*, Rio de Janeiro, ano XIII, n. 31, 3 ago 1927.

[198] Cinematográficas. *Selecta*, Rio de Janeiro, ano XIII, n. 31, 3 ago 1927.

[199] *Idem, ibidem*.

porte atlético[200] – e pertenciam à classe alta. O *Jornal do Brasil* anunciou "O Brasil em Hollywood": "Deve ser considerada auspiciosa, sem dúvida, essa notícia. A ignorância norte-americana a respeito da América do Sul, e principalmente o Brasil, é bem conhecida e constantemente está a manifestar-se". O jornal recomendava que os dois brasileiros fossem:

> [...] como que nossos embaixadores junto ao poderoso reinado do cinema. Valentino, nos Estados Unidos conseguiu para a Itália e a raça latina em geral, muito mais do que muitos diplomatas. Os representantes do Brasil em Hollywood poderão assim, por meio da mais poderosa arma de propaganda: o cinema, que penetra até em lugares onde o livro e os jornais não podem muitas vezes fazê-lo; tornar conhecido no mundo o nosso país, o Brasil verdadeiro. Para tal será necessário, principalmente, que não se prestem aqueles nossos patrícios, a posar em filmes nos quais os americanos costumam revelar os seus "conhecimentos" a nosso respeito.[201]

O *Diário da Noite* proclamava que "o Brasil começa a ter importância no cinema": "Hollywood, a cidade encantada, [...] vai ter a sublime honra de contar, entre os seus artistas-habitantes, um casal de brasileiros, vencedores do concurso que a Fox-Film promoveu"[202]. J. Canuto[203], autor da matéria, descrevia:

> Ele é Olympio Guilherme, nosso colega de imprensa, onde sempre foi admirado pelos seus dotes intelectuais. É um rapagão, de belo aspecto físico, um moreno *à La Rodolpho Valentino*. Será a perdição das moças desocupadas de todo o mundo... Ela é Lia Torá, uma menina muito bonita que cursou a Academia de Bailados de Barcelona, viajada e inteligente. [...] O Brasil está tendo importância cada vez maior em Hollywood. Já se filmam romances brasileiros [*A Marquesa de Santos*, de Paulo Setúbal], já se contratam artistas brasileiros. Amanhã, aparecerá um corajoso, apaixonado

---

[200] "No cais, recebida pelos diretores da Fox, [Lia Torá] posou para a nossa objetiva com muita naturalidade, certa de que é fotogênica de qualquer ângulo em que a *câmera* a possa apanhar". Quem é Lia Torá. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 73, p. 32, 20 jul 1927.

[201] *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 26 jul 1927. Arquivo Pedro Lima, Cinemateca Brasileira. A este respeito, *Cinearte* acrescentava: "Só o fato de levar dois brasileiros sob contrato para os seus *Studios*, a Fox garante, quanto mais não seja, pela publicidade em torno, pelas entrevistas e artigos, fotografias, citações e respostas aos 'fãs' de toda parte, com que o país de origem seja olhado com mais cuidado, proporcionando maiores conhecimentos, evitando que o designem como uma nação 'lá em baixo', como geralmente falam os do Norte quando mostram no mapa a América do Sul. E é essa facilidade que o Cinema faculta pelos conhecimentos que proporciona que outros meios só se consegue com muitos sacrifícios e assim mesmo depois de árduos esforços". Quem é Olympio Guilherme. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 74, p. 6, 27 jul 1927.

[202] O Brasil começa a ter importância no cinema. *Diário da Noite*, São Paulo, 20 jul 1927. Arquivo Pedro Lima, Cinemateca Brasileira.

[203] Tratava-se de Joaquim Canuto Mendes de Almeida, já mencionado por nós no primeiro capítulo, figura ligada ao modernismo, roteirista e diretor do ciclo de São Paulo, responsável pelos argumentos de *Do Rio a São Paulo para casar* (1922), *Gigi* (1925) e *Fogo de Palha* (1926), que também dirigiu. Durante a década de 1920, ele foi ainda crítico de cinema no *Diário da Noite* e correspondente de *Cinearte*.

> pela arte da direção artística que rumará para Hollywood... e estará garantida em grande parte, a nossa vitória.[204]

A ideia de projetar na tela a imagem do Brasil permeava as aspirações da imprensa a propósito da ida de dois patrícios nossos à "terra dos filmes". Comentamos no primeiro capítulo que o sucesso de um casal de brasileiros no cinema norte-americano contribuiria para afiançar a boa imagem do Brasil no estrangeiro. Exportando "belezas fotogênicas", nosso país se colocaria par a par com as nações que difundiam estes modelos. Além disso, cinema era mencionado como "a mais poderosa arma de propaganda" de uma nação. Como pontua Galvão (1983), naquele período, revistas como *Cinearte* e jornais como o *Diário Nacional* insistiam exaustivamente na função de propaganda do cinema, particularmente no exterior[205]. Para a revista, o filme de ficção era o melhor instrumento de propaganda, pela prerrogativa do divertimento. Ademais, o discurso da época não via incompatibilidade entre a defesa dos interesses do cinema brasileiro e a realização de um cinema nacional por norte-americanos ou com métodos norte-americanos; afinal, era pelo assunto que um filme se qualificava como "nacional"; a "nacionalidade" estava vinculada ao fato de mostrar o que era "nosso": nossos usos e costumes, nossas belezas naturais, nossa gente (*idem, ibidem*).

Para a mídia nacional, com Lia Torá e Olympio Guilherme percorríamos os primeiros passos de um "estrelismo à brasileira" em Hollywood (*Cinearte* se referia a Lia como "a primeira estrela do Brasil no cinema Americano"[206]). Como já haviam feito o *Jornal do Brasil* e o *Diário da Noite*, *A Cigarra* endossava a ideia de uma latinidade da qual participavam nossos artistas:

> A senhorita Lia Torá é um perfeito tipo latino-americano, de uma delicada e suave beleza, reunindo todos os predicados necessários para uma conquista brilhante na Cinelândia. [...] possui uma educação aprimorada e culta, sendo, portanto, uma perfeita embaixatriz da mentalidade feminina brasileira. Os seus dotes morais, físicos, a sua visão artística e as suas condições fotogênicas irão garantir-lhe um grande sucesso e em breve vê-la-emos na interpretação dos mais finos e delicados papéis das grandes produções da Fox Film. [...] Olympio Guilherme [colaborador de *A Cigarra*], sem encômios, é um belo tipo de homem, másculo, forte, representativo. Reunindo todos os característicos do tipo sul-americano, essencialmente fotogênico, o novo *astro* [...] será uma figura bem representativa da raça

[204] O Brasil começa a ter importância no cinema. *Diário da Noite*, São Paulo, 20 jul 1927. Arquivo Pedro Lima, Cinemateca Brasileira.
[205] Galvão cita um trecho do *Diário Nacional*: "(...) o dia em que espalharmos sobre as telas de todo o mundo os sorrisos de nossas patrícias e o esplendor de nossa natureza, podemos crer, nesse dia, novos horizontes abrir-se-ão para o nosso país. É por isso que o cinema tem mostrado ser a melhor propaganda." 28 jan 1928.
[206] *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 74, p. 9, 27 jul 1927.

> brasileira, capaz de viver, numa realidade surpreendente, os dramas fortemente emotivos que a Fox continuamente apresenta, tendo, sempre, por base, a sentimentalidade da raça latina.[207]

O "tipo" brasileiro e o "tipo" sul-americano eram, como vimos no capítulo anterior, representativos da "raça latina", do estereótipo da latinidade. Lembramos que ela constituía uma identificação visual, vinculada à cor da pele e às características físicas, ou a signos não permanentes, como os bigodes e as vestimentas espanholas, assim como ao nome dos artistas, e que sintetizava numa mesma identidade étnica um complexo de grupos étnicos e nacionais que, de acordo com a visão de Hollywood, compartilhavam um conjunto de atributos físicos e psicológicos. Sob este ponto de vista, conquanto fossem tratados por nossas revistas e jornais como "orgulho nacional" brasileiro, em Hollywood, Torá e Guilherme cairiam numa classificação bastante ampla de latinos indistintos.

3.3.LIA TORÁ E OLYMPIO GUILHERME: AS TRAJETÓRIAS EM HOLLYWOOD

Já assinalamos que a política do *star system* constrói a imagem das estrelas para além da diegese fílmica, amparando-se nas dimensões extratextuais de publicações na imprensa, que exibem suas vidas pessoais e suas personalidades fora da tela. Trabalhando as imagens de Guilherme e Torá na chave do estrelismo, alguns de nossos periódicos – notadamente, *Cinearte*, que, como apostilamos no primeiro capítulo, defendia o cinema norte-americano como modelo para nossa cinematografia – procuraram oferecer ao público parte de suas vidas privadas. Nossas publicações informavam que Lia era carioca, nascida no bairro de São Cristovam, em 1904, e que passara a infância na Espanha. Narravam estas matérias que "Lia e sua irmã Clelia [também candidata no concurso da Fox] dedicaram-se ao bailado e como bailarinas da Velasco regressaram à pátria", acrescentando que "Lia, no Brasil, conquistou admiradores pela graça natural com que bailava e pela sua beleza atraente. A Companhia Velasco regressou para a Espanha, mas Lia e os seus ficaram no Brasil" [208].

Guilherme era paulista de Bragança, nascido em 1902. A carreira cinematográfica "encontrou-o de repente e aparentemente por pura sorte" (BORGE, 2007, p. 160). Ele cobria a

[207] Dois brasileiros na Cinelândia. *A Cigarra*, São Paulo, ano XV, n. 306, 1ª quinzena ago 1927.
[208] Lia Torá. *Diário da Noite*, São Paulo, 4 ago 1927. Arquivo Pedro Lima, Cinemateca Brasileira.

filmagem de alguns testes do concurso da Fox[209] para o jornal paulistano *A Gazeta* e decidiu no último minuto concorrer. Segundo *Cinearte*, "pelo seu tipo e *personal atraction*, conseguiu chamar a atenção de Paul Ivano, que insistiu com ele para que acedesse em tomar parte num *test*"[210]. Em *Geraldo Ferraz e Patrícia Galvão: a experiência do suplemente literário do Diário de S. Paulo nos anos 40* (2005), Juliana Neves menciona que Patrícia (a escritora Pagu), havendo enviado artigos para uma coluna da *Gazeta*, conheceu Guilherme, com quem teve um breve romance e participou do concurso da Fox (ela tinha então 16 anos).

Quando do anúncio da escolha de Guilherme pelo júri de Nova York, *Cinearte* apregoou que ele "tem a mesma modéstia, e a mesma distinção [de Torá], apenas com um tom mais autoritário no falar" e que "[Lia] acha-o parecido com Rudolpho Valentino, diz que são os mesmos olhos, a testa, o nariz e principalmente o perfil, sua semelhança, entretanto, é muito maior com Paul Vicenti"[211]. A revista preencheu a matéria que dava a conhecer o vencedor masculino do concurso da Fox com outras curiosidades: segundo o próprio, ele "daria um péssimo *cowboy*, apesar de saber montar regularmente"[212]; sua mãe, de família paulista tradicional, escrevera-lhe uma carta proibindo que aceitasse a contratação, porém, aconselhada pelo bispo de Bragança, "indagou se eu não queria então assinar o contrato para artista!"[213]. Afiançando o discurso do estrelismo dos anos vinte, que enfatizava a cultura física e que, como ressalta Addison (2002), no caso dos artistas masculinos tendia a relacionar a boa forma do corpo à participação em exercícios como esportes e levantamento de peso, *Cinearte* acrescentava que Guilherme "é o 'bom rapaz' e tão chegado aos *sports*"[214] ou "o *sportman* tendo obtido vários prêmios em corrida a pé e saltos de obstáculos"[215]. Ademais:

> Em sua casa existem todos os aparelhos de ginástica, e tem as pernas com uma musculatura tão desenvolvida que ninguém, embora não o conheça bem, poderá duvidar que todas as manhãs corre dez quilômetros sem parar.[216]

---

[209] Borge se refere ao certame como "um importante concurso de talento" (p. 159) feito pela Fox no Brasil, todavia, como já discutimos amplamente aqui, não se tratava de um concurso de talento, mas, sim, de beleza para a tela, de fotogenia.
[210] Quem é Olympio Guilherme. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 74, p. 7, 27 jul 1927.
[211] Quem é Olympio Guilherme. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 74, p. 6, 27 jul 1927.
[212] *Idem, ibidem*, p. 33.
[213] *Idem, ibidem*, p. 32.
[214] Quem é Olympio Guilherme. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 74, p. 6, 27 jul 1927.
[215] Os dois brasileiros vencedores no concurso da Fox. *A Cena Muda*, Rio de Janeiro, v. 7, n. 331, p. 34, 28 jul 1927.
[216] Quem é Olympio Guilherme. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 74, p. 6, 27 jul 1927.

A abordagem de *Cinearte* a respeito de Guilherme se assemelha à descrita por Addison em relação aos protagonistas de Hollywood da época, como vemos neste trecho, onde o exemplo da autora é uma estrela latina:

> Tipicamente, os homens apareciam em artigos que eram um pouco mais do que uma série de fotografias deles "em ação". Por exemplo, um fragmento de 1920 do astro de romances em série Antonio Moreno retrata quatro fotos de exercício [...]. "Moreno é um atleta cheio de qualidades e adora manter-se em forma pelo prazer que isto lhe proporciona, mais do que como um meio necessário para um fim", comentava o artigo. "Em Los Angeles ele vive no Athletic Club, e raramente passa um dia sem que ele gaste uma hora na academia" (ADDISON, 2002, p. 26)

Ainda em julho de 1927, entre outras matérias a respeito de Torá e Guilherme, *Cinearte* publicou entrevistas de ambos, com "perguntas indiscretas" sobre suas paixões, seus sonhos, o que queriam ser (para Lia, estrela do cinema brasileiro), em que época gostariam de viver (segundo Guilherme, após a invenção do cinema), seus gostos, suas opiniões, seus ídolos, etc. Assim, Lia se dizia impulsiva e que seu maior defeito era ser alta demais. A virtude que preferia na mulher era a ternura, no homem, a lealdade. Sua paixão dominante era o cinema e seu sonho, ser estrela. Gostaria de viver em sua própria época, que considerava interessante. Apreciava as poesias de Castro Alves, Casemiro de Abreu e Goulart de Andrade, e as composições de Carlos Gomes e Puccini. Detestava a pretensão e achava justificáveis os erros que vinham do amor. Seu esporte favorito era a ginástica, como elemento da dança. Queria que a julgassem natural e tinha pavor do ridículo. Sua divisa era: "Mais além!" (Plus Ultra!)".

Guilherme tinha como traço característico de seu espírito o otimismo, que era também seu grande defeito. Nas mulheres, admirava a lealdade e nos homens, o caráter reto. Tinha como paixão o aperfeiçoamento de si mesmo e como sonho, poder ser um homem útil. Seus escritores prediletos eram Balzac, Anatole France, Eça de Queiroz, Orison Swett Marden, Olavo Bilac e Gabriele d'Annunzio. Gostava de Chopin, detestava a hipocrisia e achava justificáveis os erros cometidos sem a intenção de errar. Não julgava o adultério nem outros crimes sem conhecer-lhes antes as circunstâncias. Considerava que o dinheiro não era a felicidade em si, mas um de seus fatores. Queria morrer na cama e contente consigo mesmo, admirava Napoleão e Lincoln, gostava de turf. No âmbito do discurso do estrelismo, matérias como estas de *Cinearte* idealizavam os comportamentos e pensamentos dos vencedores do

concurso da Fox, como aquilo que tanto as mulheres quanto os homens interessados nos futuros concursos deveriam ter[217].

Cinearte, que tivera um papel ativo na cobertura ao concurso, concedeu vasto espaço a Guilherme e, sobretudo, a Torá, bem como às suas imagens, divulgando, até mesmo, fotografias de infância e adolescência. O número 80 da revista, de sete de setembro de 1927, noticiou a partida dos dois para Hollywood[218]. Na edição seguinte, a revista trouxe a cobertura do embarque do casal para os Estados Unidos[219], com fotos de ambos no cais e no navio (dizia-se numa das legendas que Olive Borden ou Janet Gaynor teriam Guilherme para galã), de Lia com a irmã Clea no cais, e a bordo com a família e alguns representantes de *Cinearte*, de Guilherme fotografando para a revista, além de uma fotografia de Lia tirada num estúdio brasileiro e de menção a uma visita de Olympio, como jornalista, ao estúdio da Visual Film, em São Paulo[220]. A recepção de Guilherme e Torá em Nova York foi mostrada no cinejornal da Fox *Belezas brasileiras* (1927)[221], que não conseguimos encontrar, mas que, segundo descrito, apresentava ainda cenas dos seus testes no Brasil, algumas nos estúdios da Benedetti Filme.

A *Cinearte* de 12 de outubro de 1927 divulgou uma fotografia de Torá e Guilherme em Hollywood, dizendo ser a primeira foto oficial dos brasileiros tirada pela Fox. Seus passos no cinema norte-americano foram seguidos com ânsia pela imprensa brasileira e eles chegaram a receber algumas cartas de fãs, em meio à repercussão de sua vitória no concurso[222]. Ambos estrearam no curta-metragem *A Lower Neck* (Wallace MacDonald, 1927), mas seu contrato com o estúdio se limitou a papéis pequenos e aparições superficiais como extras.

---

[217] A primeira estrela do Brasil no cinema Americano. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 74, pp. 9-10, 27 jul 1927; Olympio Guilherme: o homem que venceu o concurso da Fox. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 73, p. 10, 20 jul 1927.

[218] *Cinearte*, Rio de Janeiro, v.2, n.80, p. 33, 7 set 1927.

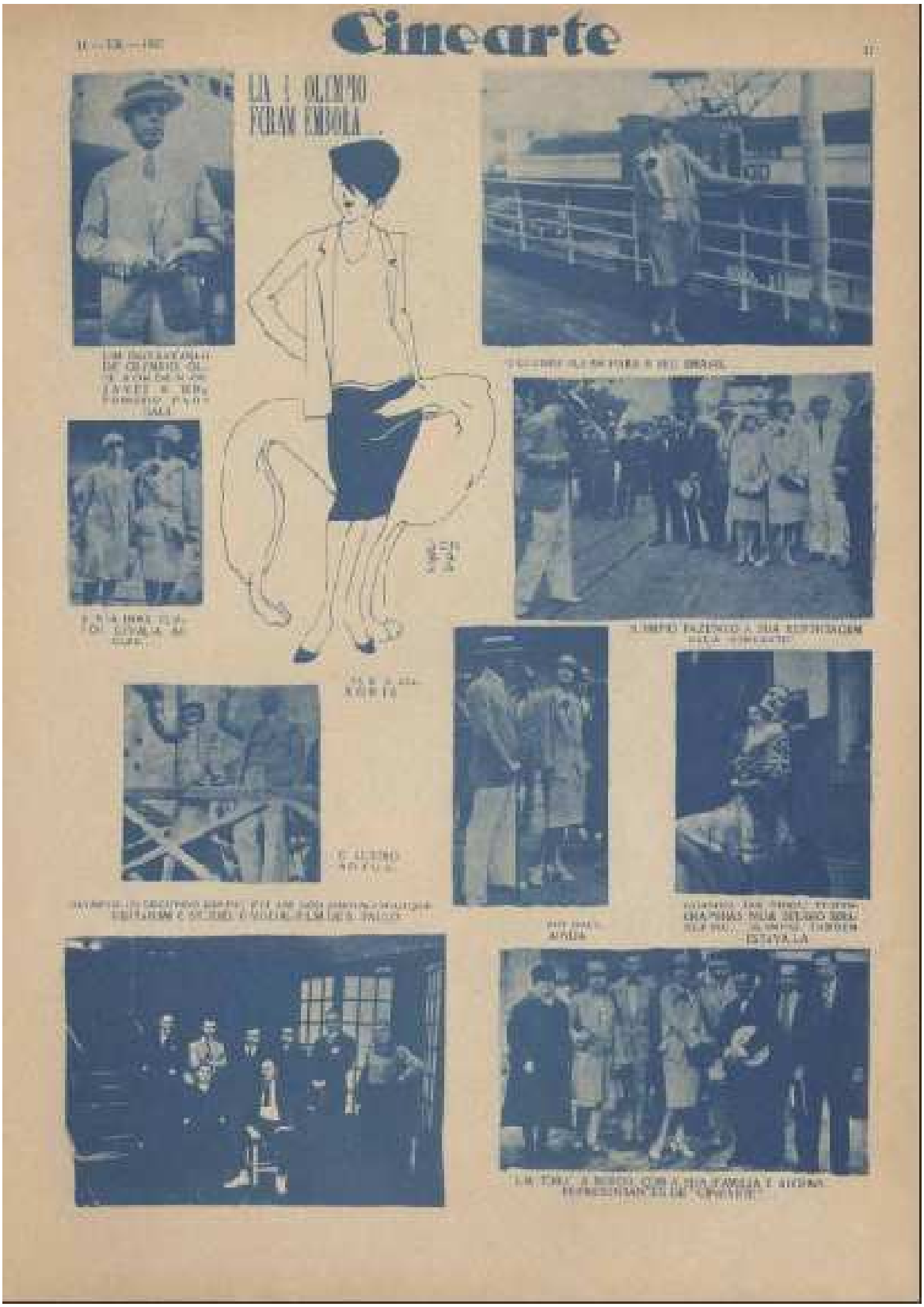
[219] Segundo *Cinearte*, "no concurso da Fox, de toda a América do Sul, foi só o Brasil que enviou artistas". Questionário. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 83, p. 24, 28 set 1927. *A Cigarra* afirmava que "os escolhidos foram uma senhorita chilena e duas figuras brasileiras". Dois brasileiros na Cinelândia. *A Cigarra*, São Paulo, ano XV, n. 306, 1ª quinzena ago 1927. Outra versão do concurso fora realizada na Espanha naquele ano, onde, segundo a *Selecta*, n. 31, de 3 de agosto de 1927, saíra vencedora Maria Casajuana.

[220] Lia e Olympio foram embora. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v.2, n.81, p. 17, 14 set 1927. Página reproduzida abaixo.

[221] Base de dados da Cinemateca Brasileira: http://www.cinemateca.gov.br/

[222] A *Cinearte* número 76, de dez de agosto de 1927, menciona uma carta endereçada a Torá pelo leitor George Ernesto, de São Paulo, em 14 de dezembro de 1927, L. S. Marinho reproduz na revista uma carta de fã recebida por Guilherme.

A imprensa acompanhava ansiosamente o desenvolvimento de Torá e Guilherme em Hollywood.



Cobertura de página inteira em *Cinearte* v.2, n.81, de 14 de setembro de 1927, sobre a partida de Lia Torá e Olympio Guilherme para os Estados Unidos. Antes mesmo de chegarem a Hollywood, a revista oferecia ao casal, que não conseguiu atingir o estrelato no cinema, uma publicidade que se dava às estrelas.

Criando, a partir da publicidade[223], uma aura de estrelismo para nossos representantes do Brasil em Hollywood, Pedro Lima escreveu em *Cinearte* que Lia tinha "qualquer coisa que se chama em Cinema 'personalidade', que é como se diz, um poder de atração", contando que, no Rio, "[...] resolveu dedicar-se ao Cinema, que sempre foi o seu 'sonho dourado'. Não conseguiu posar em nenhuma das nossas companhias, mas nem por isso desistiu de ser artista". Lima acrescentava no fim da matéria, tracejando Lia como uma estrela nata:

> Que impressão ela deixa nas pessoas que se lhes aproxima! Seu tipo tem qualquer coisa de extraordinário que atrai... ela tem personalidade, tem *it*, caro leitor, mas respira também inocência.[224]

À época em que recebeu o telegrama da Fox, solicitando sua presença em Hollywood, Lia estava casada com o piloto automobilístico Julio de Moraes (herdeiro de uma grande fortuna e, por conseguinte, pertencente à elite). Segundo Jurandyr Noronha (2008), ele foi primeiramente contra sua carreira e, para não contrariá-lo, ela cedeu o lugar à segunda colocada pelo júri brasileiro, Graciema Guimarães Natal; entretanto, o estúdio fazia questão de Lia. Julio entusiasmou-se mais tarde. Em 1929, escreveu com Torá a história de *A dama velada* (*The Veiled Woman*)[225], que foi dirigido por Emmett Flynn (irmão do astro Errol Flynn), produzido e distribuído pela Fox, e que ela estrelou ao lado de Paul Vincent e Bela Lugosi. A personagem de Lia, Nanon, tinha seu passado como companheira de um gângster revelado, o que desmoronava seu casamento com um homem da alta sociedade. A história ganharia posteriormente outras três versões (NORONHA, *op. cit.*)

Jason Borge (2007) menciona que, em maio de 1929, *Cinearte* anunciou que a Fox não renovaria os contratos de Guilherme e Torá. No mesmo ano, Olympio rodou nos Estados Unidos o filme *Fome* (retomaremos este episódio nos parágrafos seguintes) e Julio de Morais, *Alma Camponesa*[226]. Realizado em estúdio alugado, com exteriores filmados nas adjacências de Hollywood, novamente com argumento de Lia e estrelado por ela, esta foi uma produção da companhia fundada por Julio naquele país, a Brazilian Southern Cross Productions. Torá ganhou papéis maiores do que Guilherme e, após a transição para o cinema falado, com a produção em larga-escala das versões em língua espanhola de filmes de sucesso originais em inglês, no começo dos anos 1930, ela alcançou "qualquer coisa próxima do tipo de

[223] Como mencionamos no primeiro capítulo, em que citamos o caso de Eva Nil.
[224] Quem é Lia Torá. *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 73, p. 4, 20 jul 1927.
[225] Constam na base de dados da Cinemateca Brasileira outros títulos em português: A mulher enigma e A dama do véu.
[226] Lembramos aqui a matéria escrita por Canuto Mendes sobre Lia e Olympio para o Diário da Noite, citada anteriormente, prevendo futuros apaixonados "pela arte da direção artística", que rumariam para Hollywood.

celebridade ardentemente antecipada por seus fãs brasileiros" (BORGE, *op. cit.*, p. 161)[227]. Seu último filme nos Estados Unidos foi *Hollywood, ciudad de ensueño* (George Crone), de 1931. No mesmo ano, ela retornou ao Brasil, passando a se dedicar ao automobilismo.

Em dezembro de 1927, a revista *Ilustração Paranaense* anunciou que Torá enviara ao Brasil sua primeira carta. Após contar a cansativa viagem de quatro dias e meio de trem de Nova York até a "terra do cinema", onde desembarcaram em 19 de outubro, depois de "quase vinte e quatro horas atravessando um deserto igual ao que Von Stroheim apresentou em *Ouro e maldição*", ela descrevia uma Hollywood que se encaixava nos sonhos de estrelismo:

> O clima aqui é uma maravilha, o ambiente adorável, com muitos jardins e muitas flores, onde só se veem crianças brincando, e são tão robustas... Pudera, as crianças gozam de tanto privilégio neste pedaço de céu [...]. A Olive Borden é muito minha amiga, e eu estou até aprendendo inglês com ela. Todos os artistas são muito simpáticos, bons camaradas, e cada quinze dias dão uma reunião onde se reúnem todos. Enfim, se for contar todas as surpresas que se tem aqui... [...] já estou familiarizada com as estrelas do meu tempo de "fã"...[228]

De maneira oposta, Guilherme adverte no prólogo de *Hollywood: novela da vida real* – romance em parte auto-biográfico publicado por ele em 1932, sobre as condições de trabalho humilhantes vividas por atores, cineastas e roteiristas estrangeiros nos primórdios do período sonoro – a respeito desta Hollywood sobre a qual a primeira fonte de informação são as revistas e jornais:

> O leitor habituou-se a ver uma Hollywood de revista cinematográfica, uma Hollywood descuidada e boa, às vezes leviana, outras vezes infantil, mas sempre alegre e sadia, eternamente risonha, que embolsa salários de dez mil dólares por semana, que se divorcia duas vezes por ano e impõe ao mundo inteiro, com a mesma facilidade, tanto os costumes por que se devem pautar as sociedades, como os figurinos da próxima estação. (GUILHERME, 1932, p. 10)

[227] De acordo com Noronha (*op. cit.*), ela participou de nove filmes norte-americanos como contratada da Fox. Na página de Lia no site imdb (http://www.imdb.com/name/nm0869077/), esta lista de filmes é menor.
[228] "Lia Torá envia ao Brasil sua primeira carta". *Ilustração Paranaense*, Curitiba, dez 1927.

Acima: Lia Torá nas filmagens de *Alma Camponesa*, com Julio de Moraes. Abaixo: Olympio Guilherme (de pé, mais à esquerda) e Norma Gaytan (sentada) em cena de *Fome*. *Cinearte*, v.4, n.176, 10 jul 1929. A *Cinearte* de 8 de maio de 1929 também publicou fotos de *Fome*, escrevendo que "como se vê os brasileiros tem sabido lutar, um motivo de orgulho para todos nós"

Borge se refere à "breve carreira de Guilherme" como "especialmente notável porque foi narrada quase totalmente por ele mesmo. Trata-se, porém, de uma narrativa baseada principalmente numa série de fracassos pessoais" (p. 158). Apesar de ter vencido o concurso da Fox, assim como Lia, ele nunca chegou a se tornar uma estrela em Hollywood; embora ele "tenha tentado criar sua própria celebridade produzindo um filme auto-biográfico (*Fome*) sobre as lutas de um ator latino-americano em Hollywood, [...] não conseguiu nem público nem crítica favorável" (*idem, ibidem*). O romance *Hollywood: novela da vida real* é uma história baseada em sua carreira como ator e jornalista, marcada pelo tom de crítica amargurada à indústria cinematográfica no início do cinema sonoro e à cultura de massa norte-americanas[229].

Para *Cinearte*, tudo levava a crer que Guilherme, com suas qualidades atléticas, estava pronto para a glória no clima quente de Hollywood, onde "atividades ao ar livre, atletismo e exposição corporal eram apreciados e encorajados" (ADDISON, *op. cit.*, p. 27). A publicidade da imprensa, que Adhemar Gonzaga acreditava ser suficiente para criar estrelas *de toutes pièce*, como citamos anteriormente, é percebida no livro de Guilherme como um elemento chave para alçar um ator ao status de estrela. O protagonista Lúcio (alter ego de Guilherme) é promovido de "extra" a "tipo" – naturalmente, um tipo de *Latin lover*. Como observa Jason Borge:

> Lúcio Aranha fica convencido de que ele deve se conformar a algum tipo ou outro se for para ser economicamente viável em Hollywood, e sua escolha é óbvia: como virtualmente todos os outros protagonistas masculinos de romances latino-americanos sobre Hollywood do período [observamos que já se trata aqui do cinema sonoro], ele se molda numa subespécie específica do *Latin lover* – um gigolô (BORGE, 2007, p. 167)

Todavia, ainda que adote um visual convincente, ele é aconselhado por uma amiga jornalista que um aspirante a "tipo" deve estabelecer uma identidade extra-cinemática, condizente com a imagem que deseja projetar na tela (e é quando Lúcio, agindo publicamente como um gigolô ao lado de uma atriz mais velha, consegue ser notícia nos tabloides da indústria, que ele ganha a atenção dos produtores). A *Cinearte* aparece no livro de Guilherme com o nome *Cinefilme*. Ele manteve vínculos com a revista por vários anos; de Hollywood, continuou exercendo sua função de jornalista, escrevendo crônicas e ensaios que regularmente

[229] Borge observa que se trata do primeiro romance sobre Hollywood de um escritor brasileiro e um dos primeiros de um latino-americano.

enviava para *Cinearte*, uma forma de ajudar a se manter[230]. Ao mesmo tempo em que ambicionava o estrelismo no cinema norte-americano e papéis dignos de um "um elegante, letrado e artisticamente ambicioso jovem ator e cineasta" (BORGE, *op. cit.*, p. 164), suas crônicas para *Cinearte* criticavam a capitalização e tipificação impostas pelo cinema hollywoodiano, conclamando uma expressão artística mais livre e advogando em favor de nosso cinema nacional[231] – uma postura possivelmente influenciada pelo ressentimento em relação a uma indústria que o estava humilhando.

Borge define Guilherme como um "ator, autor e cronista". Para ele, Olympio foi menos paciente do que Torá:

> Quando ele repetidamente falhou em obter o tipo de papéis estrelares que ele sentia que merecia, ele juntou fundos, equipamentos, elenco e equipe necessários para rodar um único filme, um filme no qual ele eventualmente estrelou, escreveu, produziu e co-dirigiu. De acordo com Guilherme, o roteiro de Fome foi adaptado de um romance, *Scandal*, escrito pelo próprio Guilherme, embora tal autoria seja questão de debate. A trama girava em torno de um grupo de latino-americanos e outros atores não norte-americanos em Hollywood – um sem dúvida se assemelhando ao próprio círculo de amigos e conhecidos de Guilherme. (BORGE, 2007, p. 161)

O longa-metragem *Fome* foi uma mistura de ficção e documentário, com cenário em Hollywood, empregando o recurso da câmera escondida e figurando um grupo de artistas internacional (com ponta de Adhemar Gonzaga). A técnica considerada sofisticada foi influenciada pelas sérias restrições orçamentárias de produção. Borge alude ao lançamento do filme nos Estados Unidos no final de 1929, que teria ainda entrado em cartaz brevemente em São Paulo, Curitiba e Rio de Janeiro no final de 1930 (consta na base de dados da Cinemateca Brasileira sua exibição no cinema Parisiense, no Rio, em 18 de agosto, no Avenida, em Curitiba, em 25 de setembro, e no Santa Helena, em São Paulo, sem precisão de data), recebendo críticas negativas.

A *Selecta* se referiu ao filme como "semi-nacional" e considerou-o "sofrível". A revista dizia não se sentir à vontade para falar da produção, pois, embora se tratasse "de uma película de experiência, sem tendências de trabalho definitivo", representava ao mesmo tempo "o esforço dum bem intencionado, dum sincero artista da tela, que possui bastantes qualidades para um dia ser um nome", acrescentando que este trabalho de Olympio Guilherme

[230] Não mapeamos estes textos em nossa pesquisa, optando, por questão de viabilidade durante o período de tempo do mestrado, por focamos a pesquisa historiográfica em publicações associadas ao concurso de beleza fotogênica da Fox.
[231] Galvão (1983) e Borge (2007) fazem referência a essa atitude de Guilherme.

representava “um grande sacrifício do vencedor do Concurso da Fox”. Assim, embora não tenha gostado do filme, criticando a mesquinhez do roteiro, a revista ressaltava que suas palavras eram de encorajamento e aplauso à iniciativa de Guilherme, “inteligente artista brasileiro, que honrou a sua Pátria nesse trabalho”, e a quem dava “sinceros parabéns”. A crítica fazia referência à dificuldade de capital para a realização do filme:

> Certamente, quando daqui a alguns anos a experiência lhe tiver ensinado a ser um grande artista, para o que não lhe faltam qualidades, ele será o primeiro a sorrir desse filme ingênuo, em que empregou todas as forças da sua energia.[232]

A crítica de *Cinearte* também mencionava a dificuldade de produção, afirmando que “Olympio Guilherme tomou-se de brios e coragem e resolveu fazer um filme. Custasse o que custasse”. Assim como a *Selecta*, a *Cinearte* julgava o filme de má qualidade, apontando para um mau uso da linguagem cinematográfica, avaliando que “dentro dos recursos com os quais fez o filme, [...] poderia ter feito um filme melhor”. A revista criticava a fotografia, os ângulos de câmera, a direção de atores e a atuação do próprio Guilherme, e o assunto, que “não é dos que o público aprecia”. Mas, igualmente, exaltava as qualidades do brasileiro – “audaz e inteligente como é, Olympio devia ter aprendido, por força, a linguagem cinematográfica dos americanos” – e acrescentava que “no entanto, apesar do pouquíssimo Cinema que o filme tem, encarado sob o ponto de vista do filme americano, o trabalho de Olympio revela, certamente, uma grande dose de intensa vontade de vencer e de grande ousadia”[233].

Adhemar Gonzaga (à dir.) com Guilherme (à esq.) em Hollywood, fotografia de publicidade para *Fome*. Fonte: *Dicionário Jurandyr Noronha de Cinema Brasileiro: De 1896 a 1936 - Do Nascimento ao Sonoro*. Destacamos a ligação de Guilherme com *Cinearte*.

[232] *Selecta*, Rio de Janeiro, 27 ago 1930.
[233] *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 5, n. 242, p. 30, 15 out 1930.

Para Borge, “as espetaculares desventuras e improváveis façanhas de Guilherme em Hollywood” exemplificam “as diversas maneiras com que atores estrangeiros, cineastas e roteiristas lideram desembaraçadamente – embora com mais frequência, sem sucesso – com as fantasias da metrópole dos filmes” (p. 159). Em *Hollywood: novela da vida real*, ele “escreveu seu próprio obituário hollywoodiano” (*idem*, *ibidem*, p. 160). Na ficção literária, Guilherme encontrou um meio de criticar, dolorosamente, a estandardização e divisão do trabalho que se acentuavam em Hollywood com o cinema falado; a valorização dos “tipos” em detrimento da individualidade artística; a desumanização de atores, especialmente os estrangeiros, de pele escura, e a recíproca humanização de animais (na primeira metade do livro, Pisilão, o cachorro da república de brasileiros onde morava Lúcio, torna-se o único na casa capaz de gerar alguma renda com sua atuação em filmes, ao ser emprestado para figurar em produções de “cachorros falantes”, como as de Rin Tin Tin); e outras idiossincrasias sofridas pelos aspirantes a estrela (a exemplo do caso de Vera, interesse romântico de Lúcio, que ganha a vida como dublê de Greta Garbo) numa Hollywood cruel, ainda pouco mostrada nas revistas cinematográficas. Como escreve Guilherme:

> Para o leitor acostumado a ver Hollywood pintada pelas tintas miraculosas de todos os artistas, uma Hollywood cheia de viço e sol, fotogênica, de cabelos fulvos à brisa deliciosa da Califórnia, uma Hollywood que é toda entretecida de belezas sobrenaturais, irradiando tudo o que há de mais enternecedor, e meigo, e bom – este retrato parecerá uma caricatura grotesca [...]. É que o leitor ainda não viu uma fotografia desta madama tirada sem os filtros suaves que lhe atenuam as rugas [...]. (GUILHERME, 1932, p. 9)

Borge aponta o crescente desdém de Guilherme pelas restrições comerciais do cinema popular como causa do abreviamento de sua carreira. A transição para o cinema sonoro foi certamente um desafio e uma barreira para atores estrangeiros com sotaque pesado e inglês ruim, caso de Guilherme e de Torá[234]. Além disso, se, como assinalamos no segundo capítulo, durante o período silencioso, o exotismo dos atores latino-americanos era valorizado e visto como um acréscimo ao sucesso, o preconceito étnico se impôs mais fortemente após a década de 1920. L. S. Marinho transcreveu na *Cinearte* de 14 de dezembro de 1927 uma carta de fã recebida por Guilherme:

> Cristo nasceu na Bahia, Meu bem...

[234] Segundo Rodríguez (2008), durante a transição para o sonoro, as latinas saíram-se melhor do que os latinos. Os filmes falados favoreceram atores cujas vozes ou sotaques eram considerados atraentes para os frequentadores de cinema.

Great Americanos Salve.
The Great Miss Torá, the great
Mr. Guilherme[235]

Ainda que não tenham conquistado Hollywood, como pressagiaram publicações nacionais como *Cinearte*, Torá e Guilherme representaram o imaginário do público brasileiro sobre como é a experiência de Hollywood e como seria extraordinário experimentá-la. Ademais, tratava-se de um episódio pioneiro em que dois brasileiros, efetivamente contratados por um estúdio norte-americano, poderiam "tomar a capital dos filmes como tempestade" (BORGE, *op. cit.* pp. 160-161), tornando-se nosso "orgulho nacional".

Neste capítulo, apresentamos o júri brasileiro do concurso da Fox, indicando uma tentativa de legitimidade artística em sua constituição, que poderia elevar a imagem do concurso, tendo em vista a conotação negativa de Hollywood como uma "terra mundana" e o preconceito vigente em relação ao cinema em nossa sociedade à época. Comentamos a avaliação que nossos jornais e revistas fizeram do concurso, retomando ideias que permearam estas publicações, como as de fotogenia e latinidade, a vontade de projetar a imagem do Brasil na tela e um discurso em consonância com o estrelismo que esteve presente nas páginas de *Cinearte* dedicadas ao casal vencedor. Oferecemos, por fim, um breve histórico das carreiras de Lia Torá e Olympio Guilherme em Hollywood. Na conclusão, retomaremos os conceitos discutidos ao longo do trabalho e avaliaremos em que medida as imagens de Guilherme e Torá atendiam ao ideal propagado pelo *star system*.

[235] "Os Brasileiros". *Cinearte*, Rio de Janeiro, 14 dez 1927. Arquivo Pedro Lima, Cinemateca Brasileira.

CONCLUSÃO

Hollywood criou irresistíveis mecanismos de atração e alimentou sonhos de pessoas comuns em todo o mundo, inclusive no Brasil. Para manter o sistema localmente, as agências norte-americanas ligadas aos estúdios forneceram às revistas brasileiras entrevistas e reportagens em torno das estrelas, fotografias promocionais dos artistas e fofocas sobre suas vidas privadas (cuja presença ressaltamos também no jornal carioca *Correio da Manhã*), incentivando sua contribuição para o *studio system*. Embora *Cinearte* se empenhasse, sem bases reais, na fabricação de astros e estrelas nacionais, a chance de ir a Hollywood – não para tentar a sorte a esmo, mas com a garantia de um contrato oferecido pela Fox Film – e fazer sucesso na "terra do cinema" constituía um impulso maior ao "estrelismo à brasileira". Para que este se consolidasse, era mister a presença do Brasil no *star system*. Este fenômeno implica uma relação cultural e estética, uma relação dialética pela qual Hollywood fascina o mundo e o mundo se fascina por Hollywood. Sendo as estrelas o principal produto de exportação da indústria cinematográfica, os brasileiros vencedores do concurso da Fox, Lia Torá e Olympio Guilherme, foram à Hollywood para serem exportados, pois, voltando em imagem, atingiriam o estrelato dentro de seu próprio país.

Estrelas são inescapavelmente pessoas em público, como aponta Richard Dyer (1987). Ele avalia que a mágica, com muitas delas, é que pareçam ser suas identidades privadas em público, mas que, de qualquer maneira, elas representam a forma como a identidade pública é produzida e refeita. Como assinalamos, as imagens públicas das estrelas de cinema foram construídas em conjunto pelos estúdios e pelas publicações na imprensa. Segundo Dyer:

> Estrelas talvez até pareçam ser o exemplo máximo da promoção da mídia, imposta a nós pela necessidade constante da mídia de manipular a nossa atenção. [...] É possível ainda ter algum senso de Valentino ou de Monroe, suas pessoas, separado de todas as coisas que foram criados para significar? Talvez, mas na melhor das hipóteses isto não é um senso da extraordinária fragilidade de suas identidades privadas, infinitamente fragmentadas no que todos os demais, incluindo nós, queríamos que eles fossem? Ou pode ser que o que nos interessa é a face pública, aceitando o artifício e fantasia do que ela é? (DYER, 1987, pp. 15-16)

Ele observa que as estrelas representaram formas típicas de se comportar, sentir e pensar em sociedade[236], construídas cultural, social e historicamente. Estrelas são contextualizadas como indivíduos, cujas qualidades são vistas como naturais:

> [...] o que as torna interessantes é a maneira na qual elas articulam o negócio de ser um indivíduo, algo que é, paradoxalmente, típico, comum, na medida em que todos nós na sociedade ocidental temos que lidar com aquela ideia particular do que nós somos. (DYER, 1987, p. 18)

Dyer acrescenta que as estrelas são também personificações das categorias sociais nas quais as pessoas são colocadas e através das quais se espera que façam suas vidas, como classe, gênero e etnia. "E todas essas ideias típicas e comuns que possuem a sensação de ser o ar que você respira, simplesmente a forma como as coisas são, tem suas próprias histórias, suas próprias peculiaridades de construção social" (*idem*, *ibidem*). Numa ordem de ideias semelhante, Clara E. Rodriguez (2008) observa que questões de raça, cor, classe, etnia e gênero, assim como a conjuntura social dos tempos, afetaram as imagens públicas e a vida privada de atores com determinada origem étnico-racial em todos os grupos.

Assim, embora hajam fracassado em suas trajetórias no cinema norte-americano, os dois brasileiros recrutados a migrarem para Hollywood (vistos por nossa imprensa naquele momento como orgulhos nacionais) se inseriram num sistema de negociação no qual a identidade étnica operou como um fator de comunicação. Como comentamos, os produtores e profissionais do marketing da indústria hollywoodiana empregaram esforços para criar estrelas que correspondessem a uma imagem de "latinidade" (entendida aqui como um conjunto de atributos a um complexo de grupos étnico-nacionais) e tal empenho rendeu sucesso para um número significativo de latinos durante o cinema mudo, com destaque para Rodolpho Valentino, Ramon Novarro, Ricardo Cortez, Antonio Moreno e Dolores del Rio.

Embora, no contexto da época, ser considerado "latino" fosse um acréscimo ao sucesso no cinema, e não uma identificação negativa, a latinidade para Hollywood constitui, como vimos, um estigma social. A construção da identidade é dotada de eficácia social e produz efeitos sociais reais, pois ela se dá no interior de contextos sociais que determinam a posição dos agentes e orientam suas representações e suas escolhas com base no equilíbrio entre os diferenciais de poder. Os WASP, o grupo estabelecido dentro dos Estados Unidos, puderam classificar os demais por ocuparem posições privilegiadas de poder. Eles criaram um

[236] Como apontamos na Introdução, não se trata de tipos puros, mas que concebem uma média do público e padrões sociais de comportamento.

passado para si, responsável por um estoque de lembranças, tabus e valores compartilhados pelos membros do grupo, que lhes permitiu desenvolver o sentimento de possuírem algo em comum, no que os mitos fundadores e a narrativa de formação nacional anglo-americana tiveram papel fundamental. Ao contrário, por exemplo, dos judeus, que pela cor da pele foram assimilados mais facilmente pelo grupo estabelecido, latinos e afro-americanos tiveram pouco poder sobre sua representação e sobre a dos outros grupos. Ainda que tivessem peles brancas e pudessem camuflar sua identidade étnica, interpretando europeus (ou "outros europeus", que não italianos ou espanhóis) em filmes, os latinos não tiveram o poder de se representar.

Para analisarmos o concurso de beleza fotogênica da Fox, situamos o contexto dos anos vinte, na vanguarda de modernidade que marcou as primeiras décadas do século passado. Como pontua Ismail Xavier (1978):

> O universo audiovisual de máquinas, fios elétricos, veículos de transporte, vitrinas, cartazes de propaganda, os aglomerados humanos, as luzes e os ruídos das grandes cidades compõe uma dinâmica que, vivida pela população urbana, transforma-se em espetáculo para a sensibilidade de alguns de seus contempladores ou protagonistas. Ao lado dos automóveis, bondes e luzes nas ruas, os interiores servem de palco para o desenvolvimento de novos espetáculos e atrações. Estes, na sua composição de movimento, luz, ruído e música, guardam uma correspondência com a agitação de estímulos lá de fora. (XAVIER, 1978, p. 26)

O cinema, que, por algum tempo, foi uma atração dentro de um conjunto de espetáculos "no interior desta agitação", proporcionada pela técnica de novos aparelhos e mecanismos apresentados a espectadores ávidos por novidade, ganhou popularidade. Em 1926, há quase duas décadas a exibição cinematográfica havia se difundido e se tornado sedentária, e, acerca de uma década, haviam se estabelecido as normas do cinema clássico-narrativo. Revistas de cinema e estrelas de Hollywood eram parte do discurso cotidiano da sociedade. As salas de cinema constituíam importantes espaços de lazer frequentados pelas mulheres – que, ocupando então o espaço urbano, preparavam seus corpos para serem vistas em público – e de sociabilidade entre os sexos. Os concursos de beleza se popularizavam mundo afora, iniciativa que ecoou no Brasil. Os discursos disciplinadores e higienistas procuravam conter qualquer comportamento vinculado à apresentação corporal ou à interação entre homens e mulheres que lhes parecesse excessivo, imoral.

Ao mesmo tempo, naqueles anos, intelectuais buscavam a identidade nacional brasileira. Oliveira Viana e Paulo Padro, que, em 1928, publicou *Retrato do Brasil*, defendiam o branqueamento da população brasileira. As teorias do branqueamento encontraram um

paralelo no discurso de *Cinearte*, que colocava a parcela branca do povo brasileiro, associada à higiene, à boa aparência, à simpatia e ao *sex-appeal*, como uma matéria-prima apta para o cinema de Hollywood. Como assinalamos, o modelo de beleza veiculado em nossas revistas, a exemplo de *A Cigarra* e *Fon Fon*, também endossado nas bases do concurso da Fox, tinha como pilares a juventude, a esbelteza (uma "magreza" não na mesma medida da que passou a se exigir na segunda metade do século XX, mas a defesa, a partir da virada do século, de um controle de calorias e de um corpo sem gordura supérflua) e a brancura.

Igualmente, na tentativa de deliberar sobre o tipo de beleza fotogênica ideal para a tela e, assim, impulsionar as inscrições, José Matienzo, responsável por organizar os concursos da Fox na América do Sul, mencionou exemplos de astros e estrelas do estúdio, que, embora não constituíssem "um modelo único de beleza", estavam em conformidade com "um tipo geral", que exibia os cânones da beleza supracitados. Estes eram cada vez mais definidos pelas estrelas do cinema norte-americano, como já comentamos. Segundo o representante da Fox: Madge Bellamy pesava 52 quilos e meio, tinha 21 anos e "uma figura admiravelmente proporcionada"; Olive Borden media 1,50 e pesava "50 quilos escassos", sendo "de uma esbelteza atraente"; Alma Rubens era um pouco mais alta que Bellamy e Borden, pesava 54 quilos e também ostentava "uma delgada figura realçada por suaves contornos"[237].

Madge Bellamy

Olive Borden

Alma Rubens

Em relação às belezas masculinas, Matienzo contava que George O'Brien media "um pouco mais de 1,80m" e pesava 79 quilos, um tipo fisicamente "muito bem conformado,

[237] O tipo de beleza ideal para a tela: especial para *Selecta* por José Matienzo, representante pessoal do Sr. William Fox. *Selecta*, Rio de Janeiro, ano XII, n. 45, 10 nov 1926.

resultando um tipo de atlética sedução", assim como "as galhardas figuras de Edmund Lowe, Richard Walling e Leslie Fenton"[238].

George O'Brien

Edmund Lowe

Leslie Fenton

Exemplos de corpos jovens (expostos em imagens publicitárias sexualizadas, como vemos acima), magros, ainda que possuíssem curvas, bem esculpidos, sem gordura excessiva. O que Matienzo não citava em seu texto, mas que era enfatizado numa matéria do *Estado de São Paulo* sobre o concurso, afirmando que "a cor do sangue, azul ou vermelha, pouco importa, desde que a pele seja branca e seus ascendentes latinos"[239], é que os tipos de beleza para a tela tinham sempre peles claras. Concordamos com a apreciação de Guilherme de Almeida de que, num país tão grande e miscigenado como o nosso, uma "terra que é um empório cosmopolita, um *shaker* a bater diariamente sangues diferentes para *cocktails* diversos", não seria possível eleger um tipo único que representasse a beleza brasileira[240]. Entretanto, tendo em vista o estereótipo da latinidade elaborado por Hollywood, que apresentamos no segundo capítulo, e as próprias restrições presentes nas bases do concurso da Fox, seria de se esperar que os vencedores fossem representativos do "tipo geral" de beleza fotogênica idealizado pelo estrelismo hollywoodiano e corroborado por nossas revistas. A imagem de Lia Torá – ex-bailarina da companhia espanhola Velasco e que, portanto, exibia um físico de dançarina – atendia a este ideal: magra, sua pele aparecia bem branca nas fotografias, tinha os traços finos e os cabelos *à La Garçonne*, de acordo com os cânones da moda (seu "tipo", cremos, lembrava Louise Brooks).

---

[238] *Idem, ibidem*.
[239] O concurso da Fox. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, p. 5, 3 set 1926.
[240] A caminho de Hollywood. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, p. 2, 28 jan 1927.

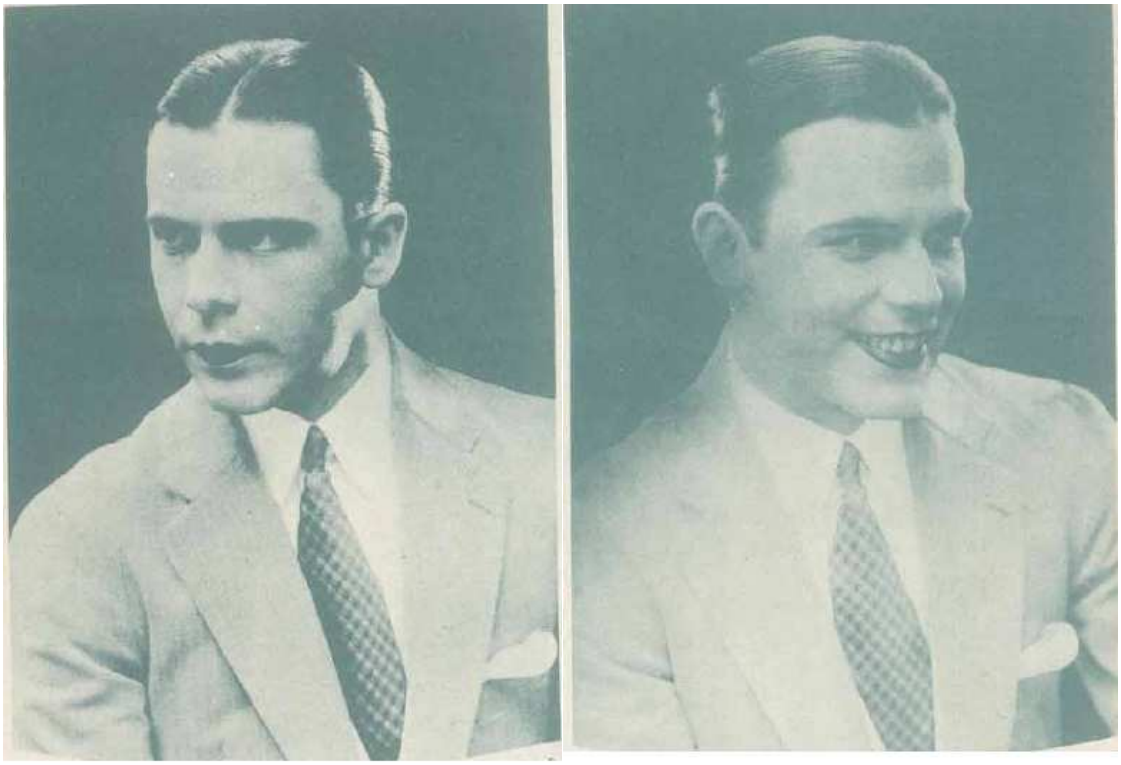
Poses de Lia como dançarina na *Cinearte*, v.2, n. 73, de 20 de julho de 1927.

Poses especiais de Lia para *Cinearte* (segundo a revista) v.2, n.74, 27 de julho de 1927.

Lia Torá, *Cinearte*, v.2, n.76, 10 de agosto de 1927; vestida à espanhola na *Cinearte*, v.2, n.73, de 20 de julho de 1927.

Lia em visita à *Cinearte*, foto publicada no v.2, n.73 da revista, de 20 de julho de 1927; Lia em imagem de *Cinearte*, v.2, n. 76, 10 de agosto de 1927.

Guilherme também correspondia ao padrão juventude-brancura-robustez concebido pelo *star system* e pelas bases do concurso da Fox (lembramos, todavia, que ele não foi selecionado pelo júri brasileiro, sendo escolhido apenas pelo de Nova York, o que, segundo *Selecta*, devia-se ao fato de seu teste de câmera ainda estar em negativo quando o resultado do júri nacional foi remetido aos Estados Unidos[241]; de acordo com nossa imprensa à época, ele fora convidado de última hora pelo cinegrafista Paul Ivano, enquanto já se realizavam os testes de câmera, a posar para o concurso).



Olympio Guilherme, *Cinearte*, v.2, n.74, 27 de julho de 1927.

[241] Cinematográficas. *Selecta*, Rio de Janeiro, ano XIII, n. 31, 3 ago 1927.

Guilherme entre Pedro Lima e Adhemar Gonzaga, *Cinearte*, v.2, n.74, 20 de julho de 1927; Olympio Guilherme, *O Malho*, n.1297, 23 de julho de 1927.

Lia, a primeira colocada pelo júri brasileiro, confirmada pelo júri norte-americano, parece-nos estar em maior conformidade com o ideal do *star system*. Se a fotogenia ligada ao estrelismo está associada a modelos de beleza que são incorporados através de construções histórico-sociais, mas é também, e a partir disto, uma "qualidade irrecusável", um "caráter visível", como comentamos no primeiro capítulo, cremos que Lia fosse "mais fotogênica" do que Guilherme. Uma vez em Hollywood, em meio a outros aspirantes a "sucessor de Valentino", o "tipo" de Guilherme não chamou a atenção da indústria. Em termos práticos, o concurso de beleza fotogênica da Fox foi, como avaliou nosso júri, um fracasso, pois, ainda que haja ocupado algum espaço em nossas revistas e jornais (mais notadamente no *Correio da Manhã* e em *Cinearte*, interessada nos concursos de beleza pelo vínculo que tinham com o estrelismo), e o Brasil tenha enviado um casal de artistas a Hollywood, Lia e Olympio não viram cumprida a promessa de "papéis de relativa importância" feita pelo estúdio – em maior ou menor grau, como expusemos no Capítulo 3 . O sonho do estrelismo brasileiro em Hollywood só seria alcançado na década de 1940, com o estrelato de Carmen Miranda[242].

[242] Atentamos, entretanto, para o relativo sucesso do brasileiro Raul Roulien no cinema norte-americano, contratado pela Fox (assim como Torá, Guilherme e Carmen), no início da década de 1930. Roulien conseguiu papéis acessórios ao do protagonista masculino em produções como *Delicious* (David Butler, 1931) e *Voando para o Rio* (*Flying down to Rio*, Thornton Freeland, 1933, em que interpretou um brasileiro) e protagonizou algumas versões de filmes de Hollywood em espanhol.

Todavia, a realização deste concurso de beleza no Brasil em 1926 se encaixava num pano de fundo mais amplo que procuramos desenvolver ao longo da dissertação. Dentro da história e da historiografia do cinema brasileiro, esta iniciativa da Fox emerge como um episódio precioso, pois foi evidência dos ecos do estrelismo em nossa imprensa, que, fascinada pelo cinema hollywoodiano, defendia o desenvolvimento de uma indústria de cinema nacional – enquanto nossas modestas produções enfrentavam entraves à distribuição e à exibição – que desse ao Brasil a imagem de modernidade e civilidade que Hollywood exportava para o mundo; do valor das estrelas de cinema como mercadorias e da identidade étnica como fator para aumentar a base de comunicação com o público na "era de ouro" dos atores latinos em Hollywood; de um pensamento racista no Brasil dos anos 1920, corroborado pelas teorias do branqueamento, que colocava negros e mulatos na berlinda, juntamente aos corpos que não correspondiam ao modelo de progresso de uma sociedade urbana, ágil e ativa.

BIBLIOGRAFIA

PERIÓDICOS PESQUISADOS

A Cigarra (1926-1927)

A Cena Muda (1926-1928)

Cinearte (1926-1930)

Correio da Manhã (1926-1927)

Diário da Noite (20 dez 1926; 20 jul 1927; 4 ago 1927)

Folha da Manhã (1926)

Fon Fon (1926-1927)

Ilustração Paranaense (dez 1927)

Jornal do Brasil (26 jul 1927)

Manchete (abr 1968)

O Malho (1926-1927)

O Estado de São Paulo (1926-1927)

Selecta (1926-1927)

BIBLIOGRAFIA REUNIDA

ADAMATTI, Margarida Maria. *A crítica cinematográfica e o star system nas revistas de fãs: A Cena Muda e Cinelândia (1952-1955)*. Dissertação em Ciência da Comunicação, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 2008.

ADDISON, HEATHER. "Capitalizing their charms: cinema stars and physical cultura in the 1920's". In: *Velvet Light Trap*. Austin: University of Texas Press, n. 50 (Fall 2002).

ALMEIDA, Guilherme. *Gente de Cinema*: I Série. São Paulo: Sociedade Impressora Paulista, 1929.

BASINGER, Jeanine. *The star machine*. Nova York: Alfred A. Knopf, 2007.

BENDER, Flora Christina. *A Scena Muda*. Tese de doutorado em Teoria Literária e Literatura Comparada. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1979.

BERGER, John. *Modos de ver*. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.

BORGE, Jason. *Latin American writers and the rise of Hollywood cinema*. Londres: Routledge, 2008. (Série Routledge Studies in Twentieth-Century Literature).

CUCHE, Denys. "Cultura e identidade". In: ____. *A noção de cultura nas Ciências Sociais*. 2 ed. Bauru: EDUSC, 2002. cap. 6, p. 175-202.

DeCORDOVA, Richard. *Picture personalities: the emergency of the star system in America*. Chicago: University of Illinois Press, 1990.

DYER, Richard. *Stars*. Londres: British Film Institute, 1998.

____. *White: Essays on Race and Culture*. Londres: Routledge, 1997.

____. *Heavenly Bodies: Film Star and Society*. Londres: British Film Institute, 1987.

ELIAS, Norbet & SCOTSON, John L. *Os estabelecidos e os outsiders*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

GALDINO, Márcio. *Italianos no cinema brasileiro*. Disponível em: Archiivo Storico Emigrazione Italiana: <http://www.asei.eu/index.php?option=com_content&task=view&id=99&Itemid=1> Acesso em: 16 jan 2012.

GLEDHILL, Christine (org.). *Stardom: industry of desire*. Londres: Routledge, 1991.

GOFFMAN, Ervin. *Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1975.

____. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Vozes, 1975.

GALVÃO, Maria Rita; BERNARDET, Jean-Claude. Cinema: repercussões em caixa de eco ideológica (as idéias de "nacional" e "popular" no pensamento cinematográfico brasileiro). São Paulo, Brasiliense, 1983.

____. Crônica do cinema paulistano. São Paulo: Ática, 1975.

GILBERT, Joseph *et al. (editors) Close encounters of empire: writing the cultural history of U.S. – Latin America relations*. Durham and London: Duke University Press, 1998.

GOMES, Paulo Emilio Salles. *Humberto Mauro, Cataguases, Cinearte*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1974.

GUILHERME, Olympio. *Hollywood: novela da vida real*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1932.

KOSZARSKI, Richard. An Evening's Entertainment: the Age of the Silent Feature Picture, 1915-1928. Berkeley: University of California Press, 1990.

LUCAS, Taís Campelo. *Cinearte: o cinema brasileiro em revista (1926-1942)*. Dissertação de mestrado em História. Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2005.

MALUF, Marina; MOTT, Maria Lúcia. "Recôndidos do Mundo Feminino". In SEVCENKO, Nicolau. História da Vida Privada no Brasil República: da belle epoque à era do rádio. São Paulo: Cia. das Letras, 1998.

MARSHALL, P. D. "The promotion and presentation of the self: celebrity as marker of presentational media". Celebrity Studies, 1: 1, pp. 35 – 48.

MCCARTHY, Todd. *Howard Hawks: The Grey Fox of Hollywood*. Nova York: Grove Press, 1997.

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

MULVEY, Laura. "Prazer visual e cinema narrativo". In: XAVIER, Ismail (org.). *A Experiência do Cinema*. 3 ed. Rio de Janeiro: Graal, 2003.

____. "Reflexões sobre 'Prazer visual e cinema narrativo' inspiradas por Duelo ao Sol, de King Vidor (1946)". In: RAMOS, Fernão (org.). *Teoria Contemporânea do Cinema*. V.1. São Paulo: Senac, 2005.

NEVES, Juliana. *Geraldo Ferraz e Patrícia Galvão: a experiência literária do Suplemento Literário do Diário de S. Paulo, nos anos 40*. São Paulo, Annablume/Fapesp, 2005.

NORONHA, Jurandyr. *Dicionário Jurandyr Noronha de cinema brasileiro: de 1896 a 1936 - do nascimento ao sonoro*. São Paulo: EMC, 2009.

PRADO, Maria Ligia Coelho. "Davi e Golias: as relações entre Brasil e Estados Unidos no século XX". In: MOTA, Carlos Guilherme (org.). *Viagem incompleta: a experiência brasileira. A grande transação*. São Paulo: SENAC, 2000.

QUEIROZ, Eliana de Oliveira. *Cena Muda como fonte para a História do Cinema*. Dissertação de mestrado. Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1981.

RAMÍREZ-BERG, Charles. "A crash course on Hollywood's Latino imagery". In: SCHWATZ, Thomas (ed). *Hollywood: critical concepts in media and cultural studies*. Londres: Routledge, 2003, pp. 211-226.

_____. "Stereotyping in films in general and of the Hispanic in particular". *The Howard Journal of Communications*, vol. 2, n. 3, 1990, pp. 286-300.

RAMOS, Fernão; MIRANDA, Luiz Felipe. *Enciclopédia do Cinema Brasileiro*. São Paulo: Senac, 2000.

RICHARD, Alfred Charles. *The Hispanic image on the silver screen: an interpretive filmography from silents into Sound, 1898-1935*. Westport: Greenwood Press, 1992.

RÍOS-BUSTAMANTE, Antonio. “Latino participation in Hollywood: 1911-45”. In: NORIEGA, Chon A. (ed.). *Chicanos and film: representation and resistance*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1992, p 19-28.

RODRÍGUEZ, Clara E. *Heroes, lovers and others: the story of Latinos in Hollywood*. 2 ed. Nova York: Oxford University Press, 2008.

SANTOS, Luís Claudio Villafañe Gomes. *O Brasil entre a América e a Europa: o império e o interamericanismo*. São Paulo: Editora UNESP, 2004, p. 26, pp. 74-112.

SARLO, Beatriz. *La imaginación técnica: sueños modernos de la cultura argentina*. Buenos Aires: Nueva Visión, 1997 (2 ed).

SCHATZ, Thomas. *O gênio do sistema: a era dos estúdios de Hollywood*. São Paulo: Cia. das Letras, 1991.

SCHPUN, Mônica Raisa. *Beleza em jogo: cultura física e comportamento em São Paulo nos anos 1920*. São Paulo: Boitempo Editorial, 1999.

SCHUMAHER, Schuma; BRAZIL, Érico Vital. *Dicionário mulheres do Brasil: de 1500 até a atualidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2000.

SEVCENKO, Nicolau. *Orfeu extático na metrópole: São Paulo, sociedade e cultura nos frementes anos 20*. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

SHOHAT, Ella & STAM, Robert. “Etnicidades-em-relação”. In: _____. *Crítica da imagem eurocêntrica*. São Paulo: Cosac Naify, 2006 (pp. 313-353).

SILVA, Tomaz Tadeu da (org). *Identidade e diferença. A perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000.

SKIDMORE, Thomas. "Criadores de mitos: os arquitetos da identidade nacional brasileira". In: ____. *O Brasil visto de fora*. São Paulo: Paz e Terra, 1994, p. 71-98.

SKLAR, Robert. *História social do cinema americano*. São Paulo: Cultrix, 1978.

TOTA, Antonio Pedro. *O imperialismo sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

WALKER, Alexander. *Stardom: the Hollywood phenomenon*. 2 ed. Ontário: Penguin Books, 1974.

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