

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
FACULDADE DE EDUCAÇÃO**

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

**RECÔNDITOS DA *BELLEZA*:
AS PRÁTICAS CORPORAIS EM *CINEARTE* E *SCENA MUDA* (1921-1941)**

Autora: Priscilla Kelly Figueiredo

Orientador: Prof. Dr. Carlos Eduardo Albuquerque Miranda

**Campinas
2007**

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
FACULDADE DE EDUCAÇÃO

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

**Recônditos da *Belleza*: As práticas corporais em
Cinearte e Scena Muda (1921-1941)**

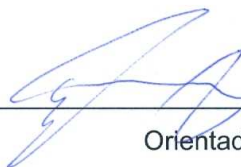
Autor: Priscilla Kelly Figueiredo

Orientador: Prof. Dr. Carlos Eduardo Albuquerque Miranda

Este exemplar corresponde à redação final da Dissertação defendida por Priscilla Kelly Figueiredo e aprovada pela Comissão Julgadora.

Data: 13/02/2006

Assinatura: _____



Orientador

COMISSÃO JULGADORA:



2007

RESUMO: Este trabalho é um olhar sobre as práticas corporais nas revistas de cinema *Cinearte* e *Scena Muda* entre os anos de 1921 a 1941. As fotografias das revistas foram fontes importantes para tratarem das práticas esportivas, ginásticas, maquiagens, formas de vestir, comer, falar; enfim, formas de viver na nova sociedade urbano-industrial brasileira a partir do modelo de *Hollywood*. Tais fotografias, ao revelarem as referidas práticas, tratam de um discurso maior: a beleza. As imagens das estrelas de cinema *Hollywoodianas* eram, sobretudo, modelos a serem seguidos de prazer, civilidade e modernidade. A casa e os mais diversos espaços de intimidade são cenários de luxo e espetacularização de um corpo que precisava ser visto e desejado para ser consumido. A educação para a beleza vai ser o discurso norteador de todas as práticas, justificando os mais diversos investimentos sobre o corpo.

ABSTRACT: This work is a view over the corporeal practices in *Cinearte* and *Scena Muda* cinema magazines, between 1921 and 1941. These magazines pictures were important sources of sporting practices, gymnastics, make-up and dressing, eating and talking forms. To sum up, ways of living in the new Brazilian urban-industrial society – based on a Hollywood pattern. Such photographs, while revealing these practices aimed a more ample speech: beauty. The Hollywood like stars images, were, above all, desire, civility and modernity patterns to be followed. The house and other several camps of intimacy are sceneries of luxury and spetacularization of a body which has the need of being seen and longed for to be consumed. The education for the beauty will be an orientating speech to all the practices, justifying the most diverse investments regarding the body.

AGRADECIMENTOS:

*“Olha lá quem vem do lado oposto
e vem sem gosto de viver
Olha lá os que os bravos são escravos
sãos e salvos de sofrer
Olha lá quem acha que perder
é ser menor na vida
Olha lá quem sempre quer vitória
e perde a glória de chorar
Eu que já não quero mais ser um vencedor,
levo a vida devagar pra não faltar amor(...)*

Ao Láucio; presença constante e paciente. Devo a você todo meu amor!
À Laura que entrou em minha vida tornando-me um pouco mãe, me ensinado a viver com seus sorrisos e carinhos sem os quais não consigo mais viver sem!
À minha mãe, Ana Júlia: sem você sonho nenhum seria realizado, obstáculos não poderiam ser superados. Obrigada pelos investimentos afetivos, intelectuais e profissionais.
À Aline, inspiração eterna de vida e amor.
À Regina, Jaime, Juliana, Roberta, Priscila e Telma pela acolhida constante, pelos conselhos, discussões; por compartilhar afetos e carinhos me ensinando outros modos de viver em família!
Ao Carlos pela orientação sincera e amiga.
À Nanci, Lia, Vivi e Matheus: sem vocês Campinas não teria o mesmo sabor!
Aos professores e colegas do laboratório OLHO – Unicamp.
Aos professores e colegas do CEMEF – UFMG.
Ao Fifi e Gustavo Papel, amigos do peito, pela gentileza de doar parte do seu tempo a leitura desta pesquisa.
À Andrea Moreno que ao acreditar em mim, tornou-se grande amiga e fonte de inspiração.

*(...) Eu que já não sou assim
muito de ganhar
junto às mãos ao meu redor
Faço o melhor que sou capaz
só pra viver em paz.”*

O Vencedor – Marcelo Camelo

As imagens da Revista Scena Muda foram coletadas e, posteriormente, fotografadas a partir dos originais das mesmas no AEL (Arquivo Edgard Leuenroth), localizado no IFCH – Unicamp.

As imagens da Revista Cinearte foram coletadas na Biblioteca Nacional, no Rio de Janeiro e são impressões fotográficas microfilmadas.

Nas transcrições das fontes textuais impressas, em ambas as revistas, foram respeitadas a grafia do período histórico tratado. Para marcar neste texto todas as citações literais das revistas Cinearte e Scena Muda, não foram colocados endentamentos de parágrafos, diferentemente das citações literais dos autores das referências bibliográficas.

SUMÁRIO

Ajustando o foco

<i>Do lugar de onde falo.....</i>	02
<i>Minha pequena história da fotografia.....</i>	05
<i>Estourando o Flash – As imagens.....</i>	07

Primeira Centelha

<i>Cinearte e Scena Muda – modos de ser modernos.....</i>	26
---	----

Segunda Centelha

<i>Narrando imagens, justificando escolhas</i>	45
<i>A serviço da beleza.....</i>	50

Terceira Centelha

<i>A intimidade pública.....</i>	84
----------------------------------	----

Referências Bibliográficas	101
---	-----

Ajustando o foco

Do lugar de onde falo

*Depois que iniciei minha ascensão para a infância
foi que vi como o adulto é sensato!*

*Pois como não tomar banho nu no rio entre
pássaros? Como não ascender ainda mais até a
ausência da voz?*

(Ascensão – Manoel de Barros¹)

Começar é sempre muito difícil, tentando saber de onde se fala. Estou aqui, parada, estonteada por leituras, por comportamentos, por minhas memórias que perpassam alguns anos de vida e lembrança; do cotidiano de imagens, de sons, de gostos. Como se tudo o que vivi até então fosse parte viva deste texto que corre aqui, destas linhas que poderiam também ser transformadas em imagens correntes de minha vida, vida de menina. Meus comportamentos, tão estudados nos últimos tempos pelo meu consciente, ganham forma, têm lugar, espaço e tempo definidos, não sabem para onde vão, sabem onde estão.

Estão aqui, parados sobre dezenas de leituras de imagens, de textos que se configuram dentro de um ser. Vislumbram de onde querem falar, mas ainda não sabem para onde vão.

E é exatamente assim que começo essa possível dissertação. De algum lugar no espaço onde estou. De algumas imagens que me tocam, fotografias cravadas de cotidiano, do meu cotidiano. Gestos mediados da cultura, da minha cultura mineira, religiosa, cristã, tradicional. De palavras e gestos contidos, tão semelhantes e ao mesmo tempo distantes de mim. Das minhas relações, sempre abertas com as pessoas, com os espaços, com os sentimentos. Coisas que impregnam meu corpo de menina.

¹ BARROS (2001), pág. 41.

Trabalhar essas imagens internas é necessário para que eu possa trabalhar as minhas imagens externas. As imagens desta pesquisa são todas minhas, me apropriei delas antes mesmo delas existirem. Elas ainda me aguardam, estão lá guardadas em algum lugar, numa biblioteca, num acervo, num museu, mas, sobretudo, elas estão antes dentro de mim.

Preciso saber onde estou. Como se meu corpo tivesse essa consciência e não minha alma. Corpo esse que por tempos esteve em outros tempos. Que por espaços pertenceram a outros espaços de paixão: o esporte, a Educação Física e todas as manifestações corporais. Liberdade. Talvez eu precise disso para as imagens que vão surgir, assim como preciso disso para meu corpo. Lugares esteticamente belos, aconchegantes. Estou aqui começando a escrever uma história antes de tudo minha. Tão confusa, tão não linear como exatamente a minha história o é. Tão espacial como meu corpo deseja ser, e tão pulsante quanto a vida me clama a todo minuto nas situações mais simples.

Acho que deve ser assim. Essa pesquisa é meu corpo em movimento aqui, assim como as imagens que nela vão perpassar. As imagens textuais, as imagens fotográficas, cinematográficas, as imagens do meu cotidiano. Cada palavra que nasce, cada imagem que surge é comemorada como se fosse existir eternamente, assim como a não materialidade do corpo de que falo. Cada corpo que surge é infinito, é latente, é almejado, é eterno.

Assim a começo. Como se ela fosse eterna, como se a materialidade do meu corpo representasse aqui papel, figura, desenho; assim como quando somos crianças. Como quando formos educados à escrita e à imagem, assim como vivemos, cheios de tensões, medos, expectativas, receios, alegrias e tristezas. Começo então me entregando, de corpo inteiro, e aos poucos sei que vou me dividir em partes desiguais, assim como o corpo contemporâneo

fragmentado deixarei aqui também meus fragmentos, minhas partes ainda em construção, minha incompletude, minha alma inacabada e imperfeita.

Essas fortes emoções que me tomam, tomam também meu texto e me fazem criar imagens. Da frieza do computador surgem palavras que vão se esfolar, esbarrar em cadeiras, portas, quartos, bibliotecas de onde vão surgir, de imagens talvez parciais do momento em que vou falar, de corpos culturais que minha sociedade construiu. Todo esse movimento é também o movimento da vida; ciclos. O texto surge para mim no momento de aglutinação de sensações. E é assim que essa pesquisa perpassará as sensações de corpos, de desejos da imagem e da pesquisadora. Sem as minhas sensações ele não surge, sem meu movimento corporal, tampouco. Sensações de um passado ainda presente, sensações de aprendizagem, sensações infantis que os adultos muitas vezes não permitem a seus corpos. De um caldeirão sopitam essas sensações das mulheres e dos homens que vou retratar, dos corpos e espaços de que vou falar. Das páginas em branco que vou deixar, mas, sobretudo da sensação de que sempre falta algo, de que nunca nada está acabado, que ainda tenho muitas perguntas e poucas respostas para a maioria das coisas que se passam não somente aqui, mas também em meu cotidiano.

Perguntas e respostas que, bem sei só tendem a aumentar, a se expandir, e às vezes vão gritar em meus ouvidos. Talvez em alguns momentos eu tenha que silenciá-las; em outros, colocá-las em evidência. Mas elas sempre estarão comigo onde quer que eu esteja, para onde quer que eu vá nesse percurso.

Minha pequena história da fotografia

“É a luz dessas centelhas que as primeiras fotografias, tão belas e inabordáveis se destacam da escuridão que envolvem os dias que viveram nossos avós”.

W. Benjamin²

Minha pequena história com a fotografia começou muito cedo, sempre na casa da minha avó. Era lá, talvez, meu maior refúgio com o passado dos meus antepassados, com a história da minha história que ainda estava por vir. Ficava em cima de uma estante, que eu com minha pequena estatura naquele período mal conseguia alcançar com os dedos, até sempre caírem todos em cima do meu pequeno corpo curioso. Era a mesma estante que guardava a televisão, os porta-retratos da família, os vasos antigos, os copos de cristal. No canto deste armário ficavam meus maiores tesouros: os álbuns de fotografia da família.

Aquelas imagens em branco e preto desde pequena me encantavam, como se eu pudesse entrar no trem que meu avô pilotava em sua foto imponente de maquinista, nas imagens dos desfiles de rua da vovó normalista na década de 1930. O lugar dos álbuns de fotografias sempre foram meus preferidos, depois das brincadeiras no quintal. Era bem ali, no canto do armário, que eu sempre me encontrava com eles, agora com os traços da maturidade, bem mais novos naquelas imagens que eternizavam seu tempo, suas poses. Sempre havia casos que se misturavam às imagens que se misturavam ao meu olhar para a vovó, sempre disposta a contar mais uma história. Passei anos ouvindo as mesmas histórias das mesmas imagens e cada vez que as ouvia, percebia outros detalhes ou da mesma história, ou da mesma fotografia. Por que elas me impressionavam tanto? Por que, desde pequena, aqueles álbuns eram a minha fuga depois do cansaço das brincadeiras do quintal?

² BENJAMIN (1994), pág. 107.

Quando penso naqueles álbuns, outras imagens me vêm à mente. Na busca delas encontrei imagens que remetem às revistas de cinema nos arquivos. Elas me acharam da mesma forma que eu achei os álbuns no canto da estante da casa da vovó. Elas me tocam, pois sua forma, seu papel, seus personagens das décadas de 20 a 40 remetem às mesmas imagens da saudade de minha infância, da curiosidade de menina. Girar o microfilme, folhear aquelas revistas de papel quebrante com toda a delicadeza era o mesmo que sentir o cheiro da minha infância, era ouvir de novo a voz da vovó com suas histórias, era sentir de novo as poesias inventadas por ela para cada imagem. As imagens das revistas de cinema são para mim também as histórias dos meus avós, pois eles viveram esse tempo, eles se parecem com esse tempo passado que eu hoje, com minha curiosidade de menina, tento revisitar.

Estourando o Flash – As imagens

“Na proporção em que a fotografia de fato descasca o envoltório seco da visão rotineira, cria um outro hábito de ver: intenso e frio, solícito e desprendido; encantado pelo detalhe insignificante, viciado na incongruência. Mas a visão fotográfica tem que ser constantemente renovada por meio de novos choques, seja de tema, seja de técnica, de modo de produzir a impressão de violar a visão comum. Pois, desafiada pelas revelações dos fotógrafos, a visão tende a se acomodar às fotos.

[...] a democratização dos padrões formais é a contrapartida lógica da democratização da noção de beleza na fotografia. Tradicionalmente associada a modelos exemplares (a arte representativa dos gregos clássicos só mostrava jovens, o corpo em sua perfeição), a beleza passou a ser vista, graças aos fotógrafos, como existente em toda parte. Além das pessoas que se embelezam para a câmera, os feios e os espontâneos receberam seu quinhão de beleza. Para os fotógrafos não existe, enfim, nenhuma diferença – nenhuma vantagem estética de peso – entre o esforço para embelezar o mundo e o contra esforço para rasgar-lhe a máscara”³.

³ SONTAG (2004), págs. 115-119.

IMAGEM 01
Cinearte, agosto de 1926



IMAGEM 02
Cinearte, abril de 1927



IMAGEM 03
Cinearte, abril de 1927



IMAGEM 04
Cinearte, agosto de 1927

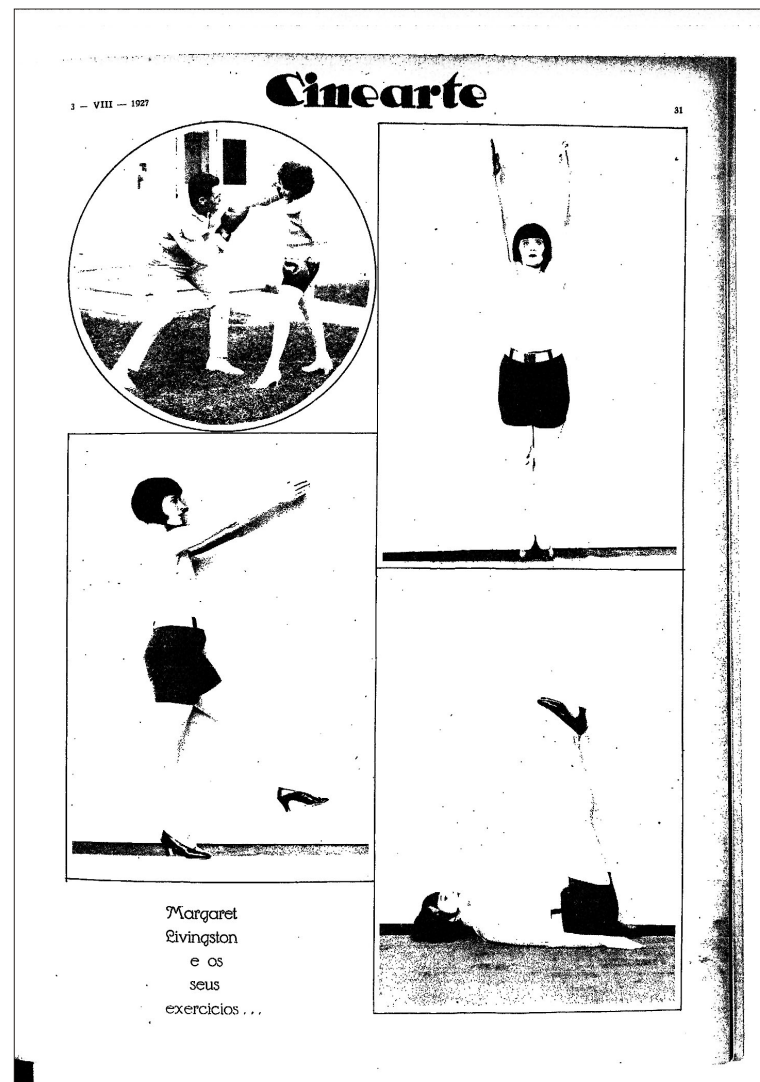


IMAGEM 05
Cinearte, julho de 1930

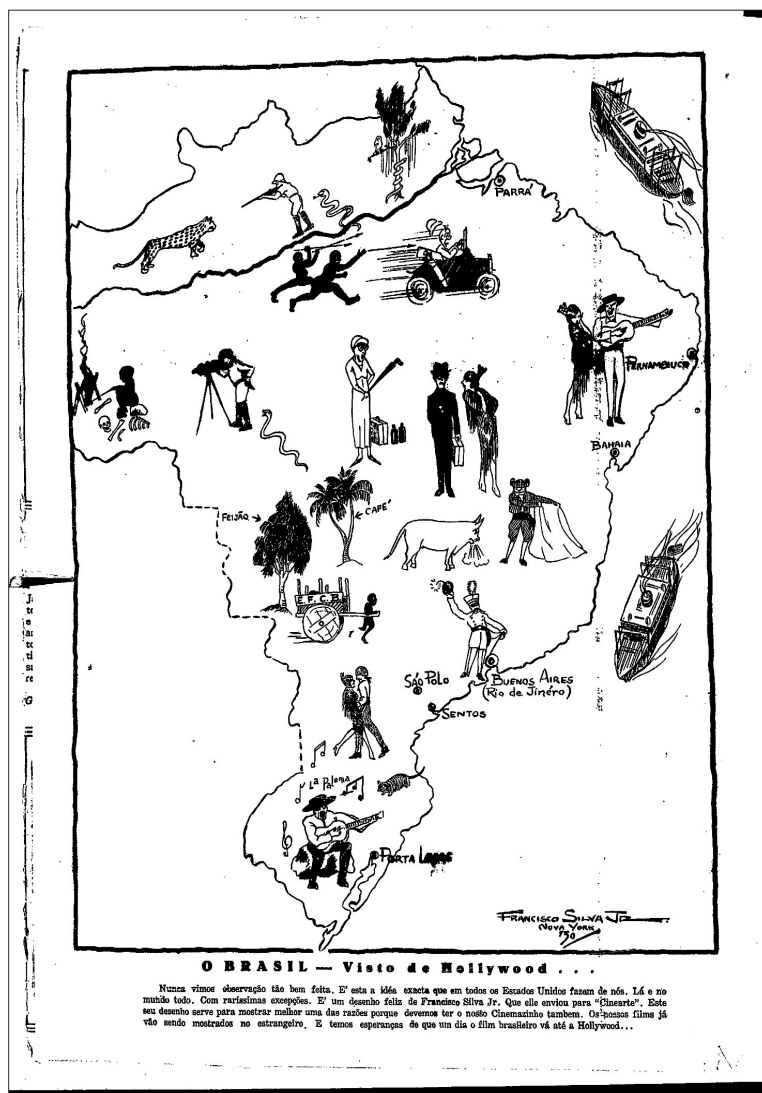


IMAGEM 06
Cinearte, setembro de 1933



IMAGEM 07
Cinearte, junho de 1934



IMAGEM 08
Cinearte, outubro de 1941



IMAGEM 09
Cinearte, setembro de 1937



IMAGEM 10
Cinearte, novembro de 1937



IMAGEM 11
Scena Muda, outubro de 1934



IMAGEM 12
Scena Muda, outubro de 1934

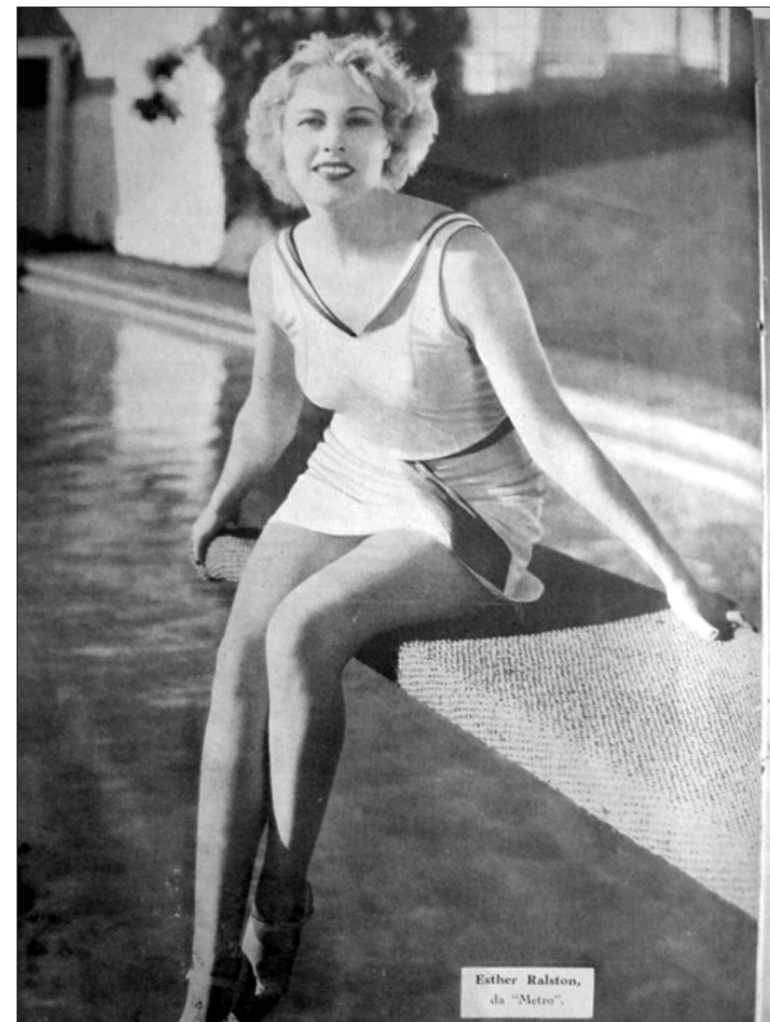


IMAGEM 13
Scena Muda, número 959 - 1939

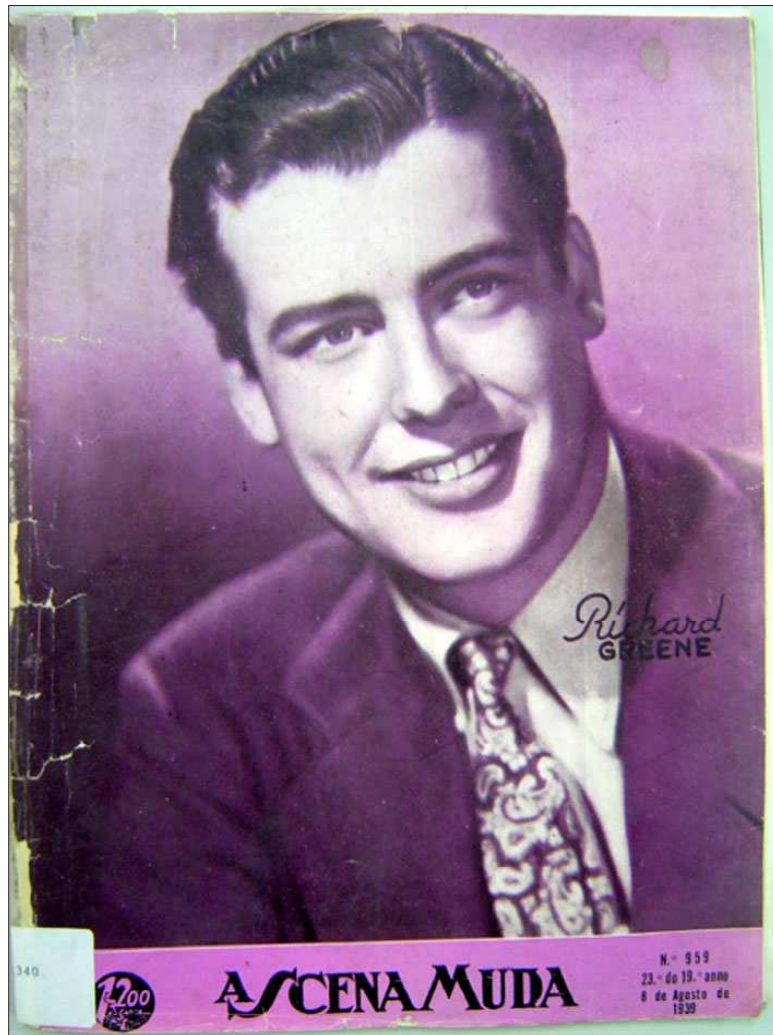


IMAGEM 14
Scena Muda, número 938 - 1939

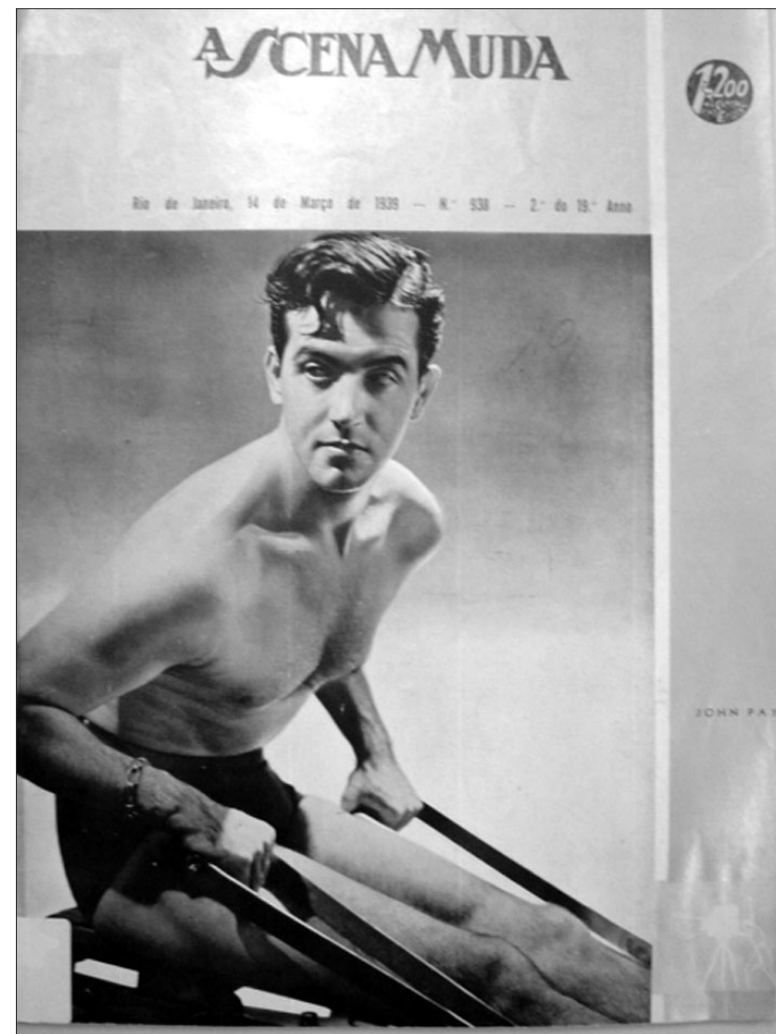


IMAGEM 15

Scena Muda, número 819 - 1936



IMAGEM 16

Scena Muda, número 736 - 1935



IMAGEM 17

Scena Muda, número 749 - 1935

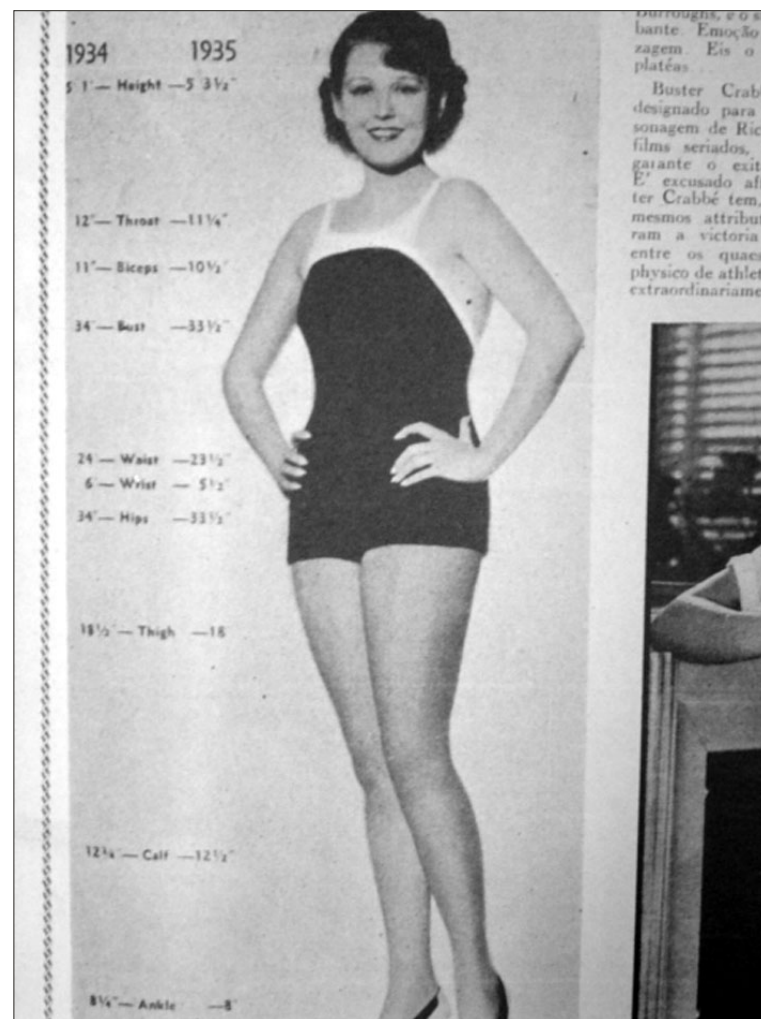


IMAGEM 18
Scena Muda, número 838 - 1937



IMAGEM 19
Scena Muda, número 893 - 1938



IMAGEM 20

Scena Muda, número 913 - 1938

N. 913 32

A Serviço da BELLEZA



A Sciencia vem collaborando para a perfeição do genero humano, descobrindo dia a dia elementos naturaes, como os saes das fontes do Barreiro do Araxá, de onde é tambem extraida a lama que é o factor principal na composição do afamado sabonete ARAXÁ, empregado com a maxima efficacia e segurança nas molestias da pelle. E' um producto da Sciencia, a serviço da Belleza.

SABONETE

Araxá

PERFUMARIA MARCOLLA *Bello Horizonte*

IMAGEM 21

Scena Muda, número 915 - 1938



Scena Muda, número 1015 - 1940

A two-page spread from a magazine featuring a fitness routine by actress Lynn Bari. The left page is titled "INFORMAÇÕES" and the right page is titled "HOLLYWOOD". Both pages show Bari in various athletic poses, including backbends, lunges, and stretches, demonstrating exercises for flexibility and strength. The text on the pages discusses her role in the movie "The Great Escape" and her fitness regimen.

IMAGEM 25
 Cena Muda, número 1023 - 1940



IMAGEM 26
 Cena Muda, número 1036 - 1941



IMAGEM 27
Scena Muda, número 1037 - 1941



IMAGEM 28
Scena Muda, número 1037 - 1941



IMAGEM 29
Scena Muda, número 1072 - 1941



IMAGEM 30

Scena Muda, número 1033 - 1941

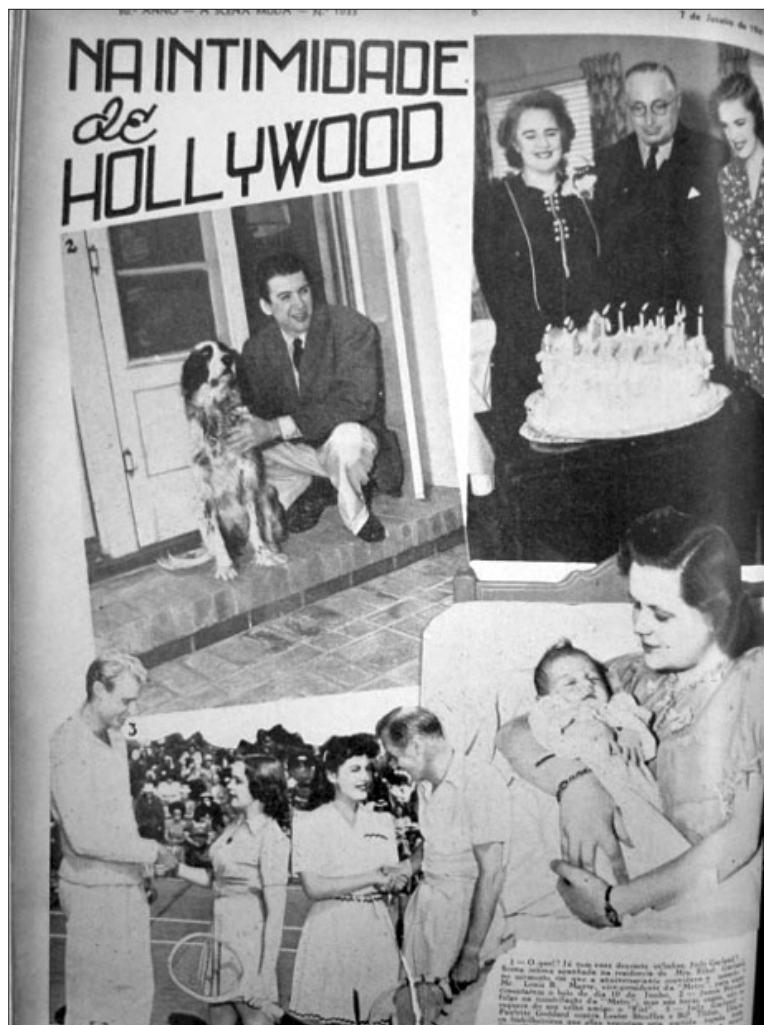


IMAGEM 31

Imagem do Arquivo da Cidade do Rio de Janeiro, s/d.



IMAGEM 32

Scena Muda, número 1007 - 1940



A BELLEZA DEPENDE DO CONJUNTO

Faça com que o seu *Maquillage* siga sempre a elegancia do seu vestir...

Está na sua vontade, não permitir que a vençam em beleza... Repare que as mais bellas de suas amigas são, geralmente, as que sabem servir-se do *maquillage* com uma perfeita noção do que vale o conjunto. Ao escolher um novo chapéu ou um novo traje, estude attentamente, si — mesmo uma pequena variação em seu *maquillage* não lhe melhorará a apparencia, tornando-a mais bella e attrahente. Consulte o quadro abaixo e veja as novas tonalidades... os tons mais jovens do pó de arroz, do baton e do rouge de Coty que se adaptam ao seu typo.

Algumas suggestões de *Maquillage* Coty

CABELLOS	PELLE	PÓ DE ARROZ	ROUGE	BATON
Platinados	Clara	Rachel	Egyptian	Orange
Loiros	Clara	Rachel Noire	Franc	Vivo
Castanhos	Media	Ocre Rosado	Perian	Media
Cast. escuros	Media	Fêche	Benoir	Invisível
Azules	Roxada	Rose Chair	Saturne	Media
Pretos	Morena	Naisette	D'Orient	Foncé

Sobre outros casos, escreva ao Depart. de Belleza Coty Caixa Postal 199 — Rio

Coty

IMAGEM 33

Scena Muda, número 1008 - 1940

Não Basta a Elegancia no Vestir...

A verdadeira elegancia exige tambem um *Maquillage* adequado!

Si quer dar verdadeiro realce á sua beleza, não se preocupe sómente com a elegancia do seu vestido. Pondere tambem a importancia de um *maquillage* adequado ao seu typo. Examine as suggestões que lhe apresenta Coty, no quadro abaixo. E escolha então — para completar a sua beleza as novas tonalidades, os tons mais — jovens de pó, rouge e baton Coty.

Algumas suggestões de *Maquillage* Coty

CABELLOS	PELLE	PÓ DE ARROZ	ROUGE	BATON
Platinados	Clara	Rachel	Egyptian	Orange
Loiros	Clara	Rachel Noire	Franc	Vivo
Castanhos	Media	Ocre Rosado	Perian	Media
Cast. escuros	Media	Fêche	Benoir	Invisível
Azules	Roxada	Rose Chair	Saturne	Media
Pretos	Morena	Naisette	D'Orient	Foncé

Sobre outros casos, escreva ao Depart. de Belleza Coty Caixa Postal 199 — Rio

Coty

Primeira Centelha

Cinearte e Scena Muda - modos de ser modernos

“É, todavia um corpo silencioso àquele que os arquivos fornecem ao historiador para ler..., convidam o historiador a retornar por sua própria conta as palavras que dão objetividade a esses textos e usar também do direito de observar. No entanto, quando se lhes concede maior atenção, nossos textos, tecidos de certezas, estão cheios de silêncios e fugas”

Jacques Revel e Jean-Pierre Peter⁴

A centelha está acesa. A mesma que precisava eclodir para que a imagem fosse captada, ascende agora para que o passado retorne, mesmo que chamuscado pelo presente. Falo do início do século XX, de revistas de cinema, dos homens e mulheres que deveriam civilizar-se, de um Brasil que tenta copiar o triunfo norte-americano do cinema como sinônimo de progresso, modernidade e evolução industrial⁵. Penso, sobretudo, nos leitores, pessoas que seriam influenciadas pelas leituras das imagens/textos, das regras/ normas, das

⁴ REVEL; NORA (1995), pág. 147.

⁵ A idéia de modernidade aqui entendida se refere ao projeto consolidado pelas questões a partir da Revolução Industrial e do capitalismo, que, gerou transformações mercadológicas e os anseios mais diversos sobre o consumo. A modernidade perpassa neste texto os desejos criados pela necessidade do consumo representados nas primeiras décadas de república no Brasil. As revistas de cinema são consumidas para muito além de suas páginas. Incitam e ensinam práticas corporais que deveriam ter como fim a beleza. Esta última, estaria impregnada da visibilidade necessária no corpo dando a este espaço privilegiado do que seria moderno. O discurso da modernidade não está presente apenas no corpo, pois ele consiste num conjunto de transformações que vão atingir os mais diversos espaços, tempos, corpos e também as subjetividades criadas sobre os mesmos. Entendo que a idéia de modernidade ultrapassa os limites das transformações e identidades produzidas a partir do século XIX, referindo-se também a outros períodos. O moderno se insere sobre os mais variados campos da cultura: das artes à literatura, da história à política, o termo modernidade vive na fronteira dos mais diversos temas da sociedade. O cinema como um dos ícones da modernidade a qual me refiro tematizou, produziu e alimentou questões do cotidiano de determinado momento histórico. Por isso, as revistas de cinema discutem o “ser moderno” numa diversidade de abordagens aqui representadas pelas imagens fotográficas e textuais a partir de *Cinearte e Scena Muda*.

proposições para um corpo que deveria ser formado para muito além da cadeira do cinema. Falo assim das fotografias/textos contidos nas revistas *Cinearte*⁶ e *Scena Muda*⁷.

Os textos/imagens são frutos do olhar sobre *Scena Muda*, periódico veiculado a partir de 1921, e sobre *Cinearte*, veiculada desde 1926, sendo esta um “prolongamento da seção cinematográfica *Para Todos...*, uma publicação de S.A. *O Malho*, responsável por diferentes revistas de alcance popular”⁸ no Brasil.

A escolha do recorte entre as décadas de 1921 a 1941 deu-se a partir dos próprios periódicos que tentam alavancar as novas produções nacionais, assim como os filmes estrangeiros. *Cinearte* e *Scena Muda* vão ajudar a discutir as produções de cinema no Brasil a partir da década de 1920, período que há um progresso significativo de produções no Rio de Janeiro, São Paulo, Pernambuco, Rio Grande do Sul e Minas Gerais.⁹ As revistas vão tentar dialogar com as produções nacionais, mas seu grande modelo é *Hollywood*. Apesar de ainda nos anos de 1920 as produções nacionais serem precárias, o cinema não é mais tão incipiente quanto no início dos 1900. As revistas vão ajudar a criar vínculos e diálogos entre aqueles que produziam, consumiam e admiravam o cinema e, como veremos também aqui, tantos outros temas a ele vinculados.

A partir da década de 1930 o cinema vai, junto à turbulência política dos golpes de estado, ter seu ápice enquanto propaganda de governo, discursos mediados e patrocinados pelo poder público e por quem detinha interesse nos espaços de entretenimento a partir de uma

⁶ *Cinearte* foi veiculada no Brasil de 1926 a 1942, contendo ao todo 561 edições, cobrindo Hollywood e também, com especial olhar sobre o cinema brasileiro.

⁷ *Scena Muda* foi veiculada de 1921 a 1955 contendo ao todo 170 edições também cobrindo Hollywood.

⁸ XAVIER (1978), pág. 168.

⁹ SALES GOMES (1996) vai discutir sobre as produções entre os anos de 1896 a 1966 no Brasil, no livro “*Cinema: trajetória do subdesenvolvimento*”.

produção nacional que se consolidava na construção de alguns estúdios como a *Cinédia* e a *Brasil Vita Films*. Apesar das revistas circularem por outras capitais do país, suas discussões, turbulências e processos de construção estavam no Rio de Janeiro, cidade vanguarda nos mais diversos assuntos e temas modernos porque capital da república.

As revistas são meu ponto de partida para pensar os discursos da beleza através das práticas corporais. A beleza deveria estar contida em cada sessão das revistas sobre as imagens textuais e fotográficas. O corpo é, na maioria das vezes, o local dessa beleza, seja pelo olhar, pelo andar, pelo movimentar, pelo vestir, pelo falar, pelo que materialmente pudesse ser possuído: a casa, a piscina, o filme, a roupa, os modos, assim como o marido/a esposa, os filhos, os *fêas*, os lazeres e as férias.

Cinearte e *Scena Muda* cumprem seu papel enquanto veiculadoras de um discurso oficial¹⁰, ratificadas pelo crescente número de salas de cinema a partir dos anos de 1920 no Brasil. Elas estão em sintonia com as “forças dominantes do presente e reproduzindo as palavras de ordem, preenchendo suas necessidades promocionais”¹¹.

Essa é uma história oficial de revistas que estavam autorizadas a divulgar e expandir, sob apoio governamental, uma nova concepção de indústria cultural¹², na tentativa de mostrar

¹⁰ Quando falo em discurso oficial entendo o discurso apoiado pelo governo e pelas elites vigentes. Nos anos de 1930, Getúlio Vargas utilizou-se do discurso do cinema nacional como elemento de aproximação entre os habitantes do país. Seu desejo de amparar a indústria de cinema nacional, aponta para uma virtude propagandística de governo como um dos mais úteis fatores que um estado moderno dispõe. O Estado Novo instaurado a partir de 1936 vai ratificar os desejos de uma indústria de cinema nacional forte e coesa, apoiada e patrocinada pelo estado. Ver mais em SIMIS (1996).

¹¹ XAVIER (1978), pág. 173.

¹² O termo indústria cultural foi empregado pela primeira vez em 1947 em *Dialética do Iluminismo* de Horkheimer e Adorno. Este termo cabe bem aqui quando nas discussões relativas aos mais diversos consumos e investimentos sobre o corpo, que as revistas, através de suas reportagens, imagens ou anúncios veiculam. A indústria cultural adapta seus produtos ao consumo das massas e em larga medida determina o próprio consumo. Interessada nos homens enquanto consumidores ou empregados, a indústria cultural reduz a humanidade a partir de seus interesses mercadológicos. Aliada a ideologia capitalista, a indústria cultural contribui eficazmente para falsificar as relações entre os homens, num discurso iluminista do poder do homem sobre a ciência e a técnica,

que a intimidade é pública, que o prazer que antecede o corpo é privado. Para o novo lazer moderno, eram necessários conceitos e indumentárias que ultrapassavam a fronteira da cadeira e da tela.

As revistas utilizam-se da indústria cultural quando cedem lugar às mais diversas práticas corporais como locais de diversão e consumo. A atriz está no seu momento de trabalho, divertindo-se e ainda construindo práticas que lhe renderão um belo corpo para novos trabalhos. A felicidade é um dos produtos mais fabricados no prolongamento da diversão, do lazer, do tempo livre no trabalho dos astros e estrelas. Educam o consumo: o que é vendido e comprado nas revistas cria relações íntimas com os desejos e, em condições favoráveis para que possa lembrar o prazer e a beleza que a promessa do consumo vai gerar. As imagens sugerem o desejo de todo e qualquer produto, inclusive o próprio corpo. As revistas fazem parte do universo da indústria cultural, pois criam necessidades para um público consumidor sempre ávido por novos desejos de consumo.

Dentro de uma produção norte-americana já consolidada em relação à publicidade e propaganda dos produtos que vinham colados aos filmes, surge em 1910, na Califórnia, a revista *Photoplay*, que “foi durante duas décadas, a mais importante publicação sobre cinema junto ao público norte-americano. Alimentando e reforçando os interesses dos *fans* pela vida pessoal e pelas particularidades das grandes estrelas”¹³. Assim, *Cinearte* e *Scena Muda* foram divulgações nacionais do mesmo modelo *Hollywoodiano* da *Photoplay*.

sobre os desejos de seu próprio consumo. Assim, ela impede a formação de indivíduos autônomos, independentes e capazes de julgar e decidir conscientemente. O próprio ócio do homem é utilizado para mecanizá-lo a partir da diversão e do lazer como um prolongamento do próprio trabalho. Seu ideal maior é criar a necessidade, educando a sociedade para um olhar sobre as mais diversas formas de consumo. Ver mais em ADORNO (1985).

¹³ Idem, pág. 168.

Os filmes americanos precisavam ser divulgados aqui, tal como o crescimento da produção cinematográfica impulsionava a publicidade sobre os atores desse processo. Num período de ideologia da modernização nacional, em que a saúde, a indústria, as artes precisavam de parâmetros estrangeiros para serem comercializadas, *Cinearte* assumiu exatamente o modelo editorial da *Photoplay*¹⁴ e seu ideal primeiro “pugnar o progresso da *cinematographia*”¹⁵ no Brasil.

*“Cinearte nasceu de Para Todos... Este semanário ilustrado, dirigido por Álvaro Moreyra e por Mario Behring, não cuidava muito de cinema quando surgiu, em 1919. Seis meses depois, entretanto, já possuía uma rubrica especial sobre o assunto, cujo desenvolvimento foi tão intenso que em poucos anos, quase tomou conta da revista. Não desejando sacrificar a atualidade literária, artística, política e mesmo esportiva que dava à publicação uma fisionomia que se impôs, os editores julgaram chegada a hora, nos primeiros meses de 1926, de lançar uma revista dedicada exclusivamente ao cinema [...] fazendo assim de Cinearte um harmonioso prolongamento de Para Todos...”*¹⁶

A criação de *Scena Muda*¹⁷ seguia também os mesmos princípios: revistas que exigiam muita ilustração, tendo uma preocupação com a imagem do Brasil no exterior.

Cinearte e *Scena Muda* não foram as primeiras revistas de cinema nacionais, mas foram as de maior alcance popular. Isso significava políticas eugenistas embutidas nos personagens que iriam ilustrá-las. O Brasil deveria retratar em seus periódicos cinematográficos o homem branco, forte, de boa estatura, e que, sobretudo, movimentava seu

¹⁴ Segundo SALLES GOMES (1974), pág. 296, *Photoplay* foi criada em 1910 e foi durante décadas, a maior e mais importante publicação de cinema junto ao público *Hollywoodiano*, falava de particularidades das estrelas, dos fãs, num culto às divindades da tela.

¹⁵ XAVIER (1978), pág. 168.

¹⁶ SALLES GOMES (1974), pág. 295.

¹⁷ Os artigos referentes à revista *Scena Muda* são mais escassos do que os referentes à *Cinearte*. Esta teve um papel político e governamental muito forte durante as primeiras décadas do século XX, fazendo parte de manifestações a favor do cinema nacional. Isso a levou a uma maior popularidade e também a uma maior influência política. *Cinearte* vai ser ponto de partida para a construção dos estúdios da Cinédia nos anos de 1930. A Cinédia foi uma importante companhia de cinema nacional, pioneira ao tratar dos temas cinematográficos constantemente discutidos pela intelectualidade nos artigos da revista *Cinearte*. Daí o maior número de pesquisas, livros e artigos referentes à mesma.

corpo. A propaganda do Brasil¹⁸ seria realizada através das grandes salas de cinema, do povo alvo e belo, qualidades muito apreciadas pelos grandes estúdios, pois traziam consigo as possibilidades das políticas do estrelismo¹⁹. Principalmente as mulheres, estavam aptas a adentrar no estrelismo nacional se seguissem passo-a-passo os conselhos das práticas corporais das atrizes *Hollywoodianas*. O *typo physico*²⁰ era fundamental para manter os pilares das políticas de estrelismo que eram desenvolvidas através do marketing pessoal e das fotografias publicadas, afim de que estas inspirassem grande número de cartas para as revistas.

Ao mesmo tempo em que divulgavam imagens do homem e da mulher que possuísem porte e modos para freqüentarem espaços de civilidade - a casa, as ruas, os cinemas, as modistas, as farmácias - as revistas revelavam também nosso grau de incivilidade visto no exterior. SALLES GOMES lembra que em troca do café que exportava, o Brasil importava até palito e era norma que importasse também o entretenimento fabricado nos grandes centros da Europa e da América do Norte [...] o mercado cinematográfico brasileiro, em constante desenvolvimento, ficou inteiramente à disposição do filme estrangeiro.

Sob um olhar cômico, em 1930, *Cinearte* publica crônica intitulada *O BRASIL: Visto de Hollywood* (Imagem 05). A revista a publica para revelar como o Brasil era visto como território de hábitos rurais, tendo o café e o feijão como seus representantes. Vista como terra de bichos, negros, geograficamente confundida com a Argentina. O texto justifica a imagem:

¹⁸ Havia grande preocupação entre os editores em mostrar o grau de civilização alcançado pelos brasileiros através do cinema e de tudo o que dele poderia ser vendido. Suas finalidades e desafios eram, sobretudo, tornar o povo brasileiro tão educado, branco, forte e civilizado quanto as imagens norte-americanas publicadas. Era necessário um duplo movimento: impressionar o público estrangeiro para a propaganda de um Brasil moderno e divulgar em território nacional a necessidade urgente de modernização dos espaços e do povo brasileiro.

¹⁹ Chamo de políticas de estrelismo todo aparato construído para a formação de uma estrela do cinema. As imagens previamente divulgadas, a vida íntima os aparatos de publicidade.

²⁰ O *typo physico* conferido aos astros de *Hollywood* não está relacionado apenas com a aparência corporal. Essa expressão é utilizada para tratar dos mais diversos hábitos, modos de comportamento, espaços freqüentados, bens consumidos. O *typo physico* estende-se para muito além da idéia do corpo biológico, trata principalmente das formas sociais de conduzir a vida através do consumo.

*“Nunca vimos observação tão bem feita. É esta a idéia exacta que todos os Estados Unidos fazem de nós. Lá e no mundo todo. Com raríssimas exceções. É um desenho feliz de Francisco Silva Jr. Que elle enviou para ‘Cinearte’. Este seu desenho serve para mostrar melhor uma das razoes porque devemos ter nosso cinemazinho também. Os nossos films já vão sendo mostrados no exterior. E temos esperanças que um dia o film brasileiro vá até a Hollywood...”*²¹

A causa cinematográfica é constantemente situada como poder de urgência pública para as cidades do Brasil²². A via do progresso para o país deveria ser o cinema, não apenas a importação dos filmes e de tudo que poderia ser imitado de *Hollywood*, mas também o aprendizado das técnicas de elaboração de um cinema nacional assim como sua utilização para fins educacionais²³. Para isso, era necessário encontrar e produzir estrelas nacionais, divulgar os hábitos de vida e a rotina dos estúdios. Os astros e as estrelas deveriam representar a parte mais pública dos estúdios e também como estes cuidavam e zelavam pelo corpo de seus profissionais, já que cada um deles deveria representar milhões de dólares num único filme e

²¹ Cinearte, julho de 1930.

²² Para as revistas, quanto mais cinemas uma cidade possuísse, maior seria seu grau de desenvolvimento. Constantemente em Cinearte havia uma coluna fotográfica onde apareciam fotos dos novos cinematógrafos principalmente das cidades do interior do Brasil.

²³ Muitos intelectuais da área migravam para a Califórnia para aprender um pouco mais sobre as técnicas cinematográficas, afinar os discursos estéticos nacionais com o americano. Os homens dos anos de 1920 a 1940 receberam *Hollywood* dentro de sua casa através dos periódicos que lançavam incessantemente novas pessoas, novos lugares, novas formas de viver. Mais que parecer *Hollywood* os editores das revistas queriam pugnar o processo de crescimento junto ao Estado. Este deveria encarregar-se de uma educação mais moderna e dinâmica. O cinema na escola era a grande chance de o Estado civilizar o povo brasileiro, dar cultura e conhecimento à grande maioria iletrada. O cinema foi inserido como projeto cultural no governo de Getúlio Vargas através do INCE. Era, além de divulgador das demandas mundiais das novas técnicas, também estratégia de propaganda nacionalista, fortemente utilizada na década de 30 no Brasil. As ciências naturais eram uma das principais linhas do cinema educativo, o que nos dá indícios de uma educação do corpo voltada prioritariamente para o descobrimento de um corpo biológico pelo cinema. As comissões orçamentárias brasileiras se reuniram no ano de 1926 para tentar modernizar o ensino em nosso país. Nada melhor que cinematógrafos nas escolas, já que França, EUA, Inglaterra e Alemanha já exibiam centenas de filmes em suas instituições de ensino. Conseguir vasculhar o corpo pela imagem, aulas mais didáticas, onde muitos alunos pudessem ter informações rápidas e fáceis de forma agradável eram um dos objetivos da tentativa incessante de se criar um órgão governamental para reger a educação cinematográfica. Todo esse esforço culminou na criação do INCE – Instituto Nacional de Cinema Educativo -, em janeiro de 1937, por Edgar Roquete Pinto. Porém, a suposta eficácia das imagens levou a um descompasso entre as iniciativas oficiais de apoio à ação formativa no cinema e a aparente e pouco expressiva presença dos filmes no espaço escolar. *Cinearte* veiculou em várias de suas colunas temas recorrentes ao cinema educativo e suas implicações sociais. Ver mais sobre INCE em BRUZZO (2004).

na distribuição do material que seria propagandeado junto aos personagens, estúdios e a vida do próprio ator ou atriz.

“O destaque dado ao corpo por Hollywood era uma questão de negócio, mas também de filosofia ou de prazer. Os artistas fotografavam como se estivessem quase dez quilos a mais do que seu peso verdadeiro. O bom estado físico precisava ser mantido, através de exercícios e massagens, não só por imposição estética, mas também, para que os artistas pudessem executar tarefas difíceis como andar a cavalo e correr, não raro muitas vezes para novas tomadas. A consciência acentuada do corpo era enfatizada pelo conhecimento do seu valor em dólares.”²⁴

As imagens revelam que o discurso das causas cinematográficas são, especialmente, discursos da beleza que deveriam transformar a atriz/estrela/personagem numa mesma pessoa. “Cuidava-se de criar uma ficção com o maior número de aparências da realidade”²⁵. Retratar o personagem e o artista como uma coisa só rendia diferentes realidades que se aproximavam do *glamour* que deveria ser comprado pelos leitores. As revistas funcionavam como vitrines de luxo para o cinema, sendo seu maior produto de venda e mais aparente: o corpo.

A preocupação com a imagem do Brasil no exterior era tema recorrente nas revistas. Havia uma preocupação das elites intelectuais do Brasil em mostrar o país, principalmente como mercado consumidor promissor na área cinematográfica. Assim, o modelo externo é também uma propaganda para os brasileiros cujo discurso da modernidade e civilidade deveria ser uma cópia irrestrita das formas norte-americanas em tudo. O cinema era uma das chamadas para os mais diversos discursos e investimentos sobre o corpo produzidos pela modernidade.

²⁴ SKLAR (1975), pág.101.

²⁵ SALLES GOMES (1974), pág. 343.

Cinearte foi pensada por Mario Behring²⁶ e Adhemar Gonzaga²⁷. Durante três décadas eles cunharam campanhas por um cinema nacional de qualidade com estímulos ao trabalho cinematográfico levando, segundo os mesmos, civilização ao interior do Brasil²⁸. A importação das idéias era fundamental para se pensar nas propostas gráficas das revistas²⁹, sua formatação, os usos fotográficos que especializavam a imagem e permitiam montar um roteiro com temas recorrentes, colunas que se repetem, imagens que se parecem, hábitos que permanecem. Essas revistas eram, sobretudo, imagéticas, onde o modelo para tudo era *Hollywood*. A publicidade foi grande fator impulsionador do que conhecemos como *star-system*³⁰. Como produto cinematográfico, o *star-system* se consolidou para um público ávido por novidades, por produtos diversos, tudo isso através de um veículo: a publicidade.

O crescimento da produção fez crescer também a publicidade, instalando-se uma dinâmica em que tais revistas tiveram uma participação tornada indispensável com a implantação do *star-system*³¹. Vende-se o personagem e o artista ao mesmo tempo; os dois se confundem, pois, na verdade, para *Hollywood* são um só produto. Realidade e ficção são confundidas. O leitor quase nunca saberá quando é o artista ou o personagem que está sendo retratado. As imagens devem compor personagens que confundam ficção e realidade para o agrado dos leitores que querem, tanto consumir cinema, quanto saber da vida íntima dos artistas.

²⁶ Mario Behring se dedicou aos estudos históricos, escreveu artigos para a Sociedade Anônima *O Malho*, foi intelectual, diretor da Biblioteca Nacional e um espectador fervoroso dos filmes de enredo estrangeiros.

²⁷ Crítico, pesquisador, historiador, produtor, dono de estúdio, argumentista, roteirista e diretor. Adhemar Gonzaga ajudou a lançar *Cinearte*. Fez dois estágios em *Hollywood* nos anos de 1920 e, em 1930 ajudou a fundar os estúdios da Cinédia no Rio de Janeiro.

²⁸ SALLES GOMES (1974), pág. 302.

²⁹ As revistas são produzidas para durarem mais que os jornais, com um caráter mais aprofundado, mais refinado em seus acabamentos gráficos. Eram e são até hoje objeto de desejo de colecionadores.

³⁰ Segundo MENEGUELO (1996), pág.97, o canal que potencializa e difunde os signos cinematográficos é a estrela de cinema – o que inclui os atores, mas principalmente as atrizes. As estrelas encarnam tipos e têm suas vidas esmiuçadas nas fofocas das revistas que discorre sobre seus casamentos, o interior das suas casas, a maneira como se vestem, seus verdadeiros nomes, filhos, carreira e escândalos. O *star-system* as fabrica e as mantém.

³¹ XAVIER (1978), pág. 167

A implantação do *star-system* nacional quer também ares norte-americanos, por isso, as revistas nacionais são tão próximas nas formas de descrever um simples artigo de beleza quanto na forma de exaltação das nossas belezas naturais.³² Ao mesmo tempo em que a idéia de um país atrasado é ratificada por crônicas e textos, é necessário valorizar o que é natural no Brasil: as paisagens naturais do país como cenário e a beleza das possíveis candidatas ao estrelismo. Para tal, eram realizados concursos através das revistas entre as fãs que se pareciam mais ou menos com determinada atriz e até mesmo para a escolha das estrelas que produziriam alguns filmes nacionais.

A apropriação do hábito norte-americano por intermédio dos atributos naturais (praias, lugares paradisíacos, dentre outros) é sempre pertinente à tentativa de comparação das praias cariocas com as californianas, ou, como as belezas nacionais deveriam se parecer. Os idealizadores das revistas eram grandes consumidores de revistas internacionais especializadas nesse tipo de publicação, e “bastaria uma iniciativa local dispor-se a auferir lucros para os empreendimentos que as agências americanas estariam prontas a lhe oferecer material (entrevistas, reportagens, artigos, fofocas) e lhe dar todo o incentivo intelectual e moral, exaltando a sua contribuição para a causa do cinema”³³. Quanto mais cinemas existissem no país, mais moderno seria o Brasil, por isso todo o esforço intelectual para fazer crescer os adeptos da *cinematographia*. Seus textos cuidam da moral e divulgam os *typos* ideais para pugnar o progresso da cinematografia no Brasil. As revistas assumem a frente dos discursos dos artistas brasileiros, do número de salas de cinema e dos meios de tornarem-se modernos.

³²As formas de se viver livre num verão californiano se aproximam muito bem das nossas formas nacionais principalmente cariocas. Vendidas primeiramente para Rio de Janeiro e São Paulo e depois para outras capitais do país, há uma tentativa nas revistas de ao mesmo tempo inserir culturalmente práticas *Hollywoodianas*, como também se aproximar das práticas nacionais, principalmente as esportivas, que naquele momento viviam o fervor dos novos lazeres. O verão carioca poderia passar-se pelo verão californiano.

³³ XAVIER (1978), pág. 168.

Os editores e repórteres das revistas eram, em sua maioria homens³⁴ que falavam sempre para *a leitora*. Ela é o grande alvo dos editores são também figurações da beleza na sociedade. Estar belo, bem vestido e cuidado faz parte da figuração social. Os figurinos femininos e masculinos precisam ser constantemente renovados para mostrar cuidado com sua figura pessoal. As fotografias são marcas fundamentais para retratar a poesia que existe na beleza associada ao luxo e à juventude.

Cuidar dos *typos* ideais nas revistas é cuidar dos corpos a serem divulgados, que deveria extrapolar a aparente verdade da imagem. O corpo cuidado, asseado, maquiado, vigoroso deve parecer natural, ou seja, seu esforço físico precisava ser omitido para a naturalização dos cuidados corporais, ao mesmo tempo em que eram incentivadas, cotidianamente, a serem realizadas. O cuidado com as práticas corporais está ligado à imagem fotográfica que, desejando a foto, especializa o olhar na tentativa de aparentar um ideal de beleza. O cinema deveria representar não apenas o corpo da tela, mas propagar e refletir uma realidade que precisava ser construída junto ao espetáculo cinematográfico.

O corpo como parte importante desse figurino precisava estar configurado às práticas corporais ditadas pelas imagens da revista. Os artistas nas fotos ditam um processo civilizatório no Brasil através do cinema. A fotografia, além de um registro cinematográfico, é um registro da educação no corpo, de como a cultura moderna do cinema deveria assumir o corpo através da permanência do hábito.

³⁴As revistas eram produzidas por intelectuais, cineastas, historiadores, burocratas, jornalistas, advogados, literatos, educadores e críticos de arte. Os grupos de intelectuais queriam constituir um cinema nacional espelhado na experiência norte-americana. Para isso, era necessário construir seus personagens reais, não atores e atrizes, mas pessoas comuns que pudessem ser transformados em astros e estrelas. Ver mais em LUCAS (2004).

As revistas falam de um discurso oficial, reafirmam o discurso hegemônico das elites intelectuais, porém suas imagens e o caráter impessoal das traduções feitas a partir de periódicos californianos deixam brechas para pensar como e o que as imagens e os discursos querem nos dizer; suas possibilidades, intencionalidades, olhares e funcionalidades para o corpo brasileiro que deveria ser reformado. Seus homens e suas mulheres são frutos de escolhas de olhares fotográficos. Porém, o artista, ao ser fotografado, transforma-se com a reprodução de seu próprio corpo. Aquele corpo não mais o pertence; seu pertencimento é dado aos leitores. O corpo torna-se fonte de inspiração, de desejo, de espetáculo, fazendo parte da tentativa de uma identidade social, uma identidade que tenta representar uma transformação nos costumes brasileiros.

As imagens das revistas estão ligadas a uma produção de sentidos formatada para ser desejada, para a apropriação pelos brasileiros não apenas de uma cultura visual, mas, sobretudo, para pensar os mais diversos suportes e investimentos sobre as práticas modernas ditadas pelas revistas: como se maquilar, exercitar, comer, vestir, andar, portar, falar, aonde ir, o que consumir. Era necessário divulgar o que era produzido sobre cinema, e também produzir um corpo nacional civilizado. O leitor saberia, através dos conselhos das revistas, assumir hábitos modernos, pautados nos manuais de beleza que incluíam o passo-a-passo séries de exercícios, maquilagens, as roupas certas para cada ocasião dentre outras práticas corporais intensamente reverberadas pela realidade da imagem da estrela ou do astro que é fotografado.

As fotografias, como num álbum, brincam com a representação, orientam o olhar para as formas prontas de imaginar, de percorrer os meandros da roupa, das práticas, de reverberar a educação da pose que a cerca. Os homens e as mulheres retratados divulgam, embutidos em seus corpos, palavras de como vestir-se, como portar-se frente às câmeras e fora delas; como

praticar atividades ou fingi-las para parecer esportivo. Ser jovem, lépido, feliz e, agora esportivo, faz parte de perfis dos astros *Hollywoodianos* ou de como os estúdios vendiam tais manifestações. Segurar uma raquete de tênis, posar sobre o cavalo, deixar-se fotografar fazendo exercícios de remada, parecer bela e exuberante com a piscina ao fundo, mostrar aos fãs sessões de ginástica, exibir com grande movimento e agito os momentos de lazer são imagens recorrentes na revista. Parecer atlético ou ter modos atléticos incentivava o consumo dos devidos implementos.

Parte da promoção de astros e estrelas, através das revistas especializadas em cinema³⁵, mostra como o mesmo, componente importante da cultura urbana, influenciava, através do silêncio das fotografias de práticas corporais diversas, sem que se falasse delas. As imagens, ora estão estanques, engessadas junto a um texto que as acompanha ora extrapolam os diálogos do tratamento da trajetória profissional dos artistas, expondo-o para além da vida cotidiana dos estúdios.

Os cenários nas revistas são *Hollywoodianos*, e isso significa que eles foram construídos para representarem locais e não para serem locais. Essa é a mesma impressão que seus corpos dão: a de que foram construídos para que representassem os corpos que querem ser e não exatamente como são. É dentro dessas estruturas político-estéticas que atravesso o olhar e comungo com aquele corpo o que ele deseja ser. São corpos, aparatos, locais construídos de maneira a representar outras coisas, não exatamente aquilo que vemos num primeiro olhar.

³⁵ A princípio trato de *Cinearte e Scena Muda* como revistas especializadas em cinema, mas ao longo do tempo histórico analisado, o cinema passa a ser um dos componentes temáticos das revistas. Por isso, as estudo até o início dos anos de 1940, quando, a partir do advento da televisão, as revistas realmente deixam seu perfil cinematográfico para se tornarem revistas de atualidades.

As práticas corporais compõem uma das formas de publicidade. Os locais, gestos e hábitos construídos tinham um fim: a beleza para sustentar o corpo do trabalho cinematográfico. Uma teia de práticas é construída para compor uma estrela e com ela os profissionais que vão atuar diretamente nessa construção ou reconstrução do corpo que se quer formar: o maquiador, o especialista em cultura física, o figurinista, o médico, o fotógrafo. São estes profissionais que vão criar enredo para esta história, pois educam o olhar sobre os corpos produzidos para as fotografias.

Dentre os especialistas que compõem tais discursos, o fotógrafo é aquele que vai sintetizar toda relação corporal, é ele que vai lançar seu olhar sobre o corpo que deseja fotografar e registrar a suposta realidade vivida pelos atores *Hollywoodianos*. As imagens das revistas são montadas, diagramadas tematicamente. Sessões de tratamento de rosto e maquiagem, sessões relativas à ginástica e ao esporte, às formas de vestir, os novos vestuários, o filme que será lançado com imagens do elenco, as crônicas, eram alguns dos seus temas. As imagens diagramadas, juntas, sobrepostas, tematizadas, justificam a presença de cada gesto da realidade ou como a realidade de tais práticas deveriam ser realizadas corretamente. Os estúdios da *Fox*, *Paramount*, *R.K.O*, *Universal*, *METRO*, são devidamente representados pelo tipo físico de seus atores e pelo modo como cuidam ou zelam por este corpo. (Imagem 06)

As fotografias ditam uma realidade que exprime a manifestação do “eu” individualizado, pois compilam visualmente uma outra realidade, ou seja, são reveladas pela proximidade das situações reais às quais aproximam os leitores, criando imagens que se

assemelham às coisas mundanas do cinema ao mesmo tempo em que informam ao seu respeito³⁶.

A realidade e a importância sobre o que as pessoas falam ou como agem são dadas pela imagem, mas ao mesmo tempo, é necessário revelá-la, torná-la tão familiar a ponto de sugerir práticas, hábitos, modos de se exercitar, de praticar o tempo livre, de se maquiar, de se vestir. A realidade aqui é modelar, ou seja, é criada para ser vista como ideal. Munidos da câmera, os fotógrafos tratam as imagens como instrumento de revelar uma beleza ideal que precisa ser divulgada através do *close* e da pose.

“[...] A busca tornou-se a marca registrada do fotógrafo na imaginação popular. Na década de 1920, o fotógrafo se tornara um herói moderno[...] Durante certo tempo, o close pareceu o mais original método de ver a fotografia [...]”³⁷

As fotografias são estáticas, mesmo que muitas delas suscitem movimento corporal: o olhar lânguido, sorridente, braços e pernas corretamente recostados nas roupas ou nos devidos aparatos que compõem a piscina, o cenário do filme, o ginásio, a quadra, a cozinha, a sala, o quarto ou mesmo seu próprio corpo. As poses demonstram exatamente como fazer a sessão de *gymnastica* ou atividade e “*como ficar mais bela*”³⁸ cuidando das unhas e da limpeza do rosto, comer corretamente, lavar-se, enfim, como viver. Nesse sentido, há um esforço

³⁶ Para tratar com maior profundidade dos discursos da realidade na fotografia ver SONTAG (2004). A autora fala que as imagens fotografadas não parecem manifestações a respeito do mundo, mas sim pedaços dele, miniaturas da realidade que qualquer um pode fazer ou adquirir. Segundo ela, embora a câmera em certo sentido capture a realidade, e não apenas a interprete, as fotos são uma interpretação do mundo, tanto quanto as pinturas e os desenhos. Assim, fotografar pessoas é violá-las, ao vê-las como elas nunca se vêem, ao ter delas um conhecimento que elas nunca podem ter; transformando pessoas em objetos que podem ser simbolicamente possuídos. No caso de *Cinearte* e *Scena Muda* onde as imagens são reproduzidas para os mais diversos fins, mantendo o *star-system*, revelam que a industrialização da fotografia permitiu uma rápida absorção pelos meios racionais, ou seja, formas de gerir a sociedade.

³⁷ SONTAG (2004), págs. 106-107.

³⁸ Nome de uma das sessões de *Scena Muda*, número 1007, 1940.

constante em revelar para o leitor quais e como determinadas práticas devem ser realizadas, e ainda como vivê-las de forma correta, devidamente amparadas pelos especialistas sempre a serviço da ciência. Demonstram como os modos de vida são estratégias que ampliam a realidade construída pela fotografia. Ao congelar o instantâneo ela pode reproduzir qualquer realidade. Por isso as imagens não nos mostram como os modos de vida são, mas como devem ser, também pela mesma causa, dizem como a beleza é fabricada. É uma estratégia de transformar a vida dos personagens em modelos a serem reproduzidos.

O fotógrafo (como um dos especialistas) dessas imagens deve sintetizar e revelar da forma mais explícita e real possível como os astros e as estrelas vivem, comem, vestem, para onde vão, o que fazem no tempo livre. Ele e sua câmera devem plasmar um modo de vida em desejo para o leitor. Atribui-se ao fotógrafo a importância de selecionar o gesto que ora precisa ser contido, ora expansivo, dependendo do local a ser fotografado, assim como os sorrisos, o olhar que deve desviar ou fixar-se no leitor. Registram-se, portanto, os testemunhos cotidianos das verdades ditas/reveladas pelos corpos que são classificados e selecionados nas revistas como formas corretas e, sobretudo, prazerosas de viver. O fotógrafo oferece a imagem para ser contemplada, lida e copiada, imagem que possa ser lida pela realidade que a cerca, pela objetividade de suas práticas e também pela subjetividade do corpo do ator ou da atriz que compartilha seus modos de vida.

A conformação dos modos de vida tem relação com o que é retratado: a individualização do espaço da casa, o fortalecimento do corpo para um trabalho que demandava longas rotinas de gravação em estúdio e fora deles, a glamourização da vida íntima, a banalização dos hábitos e espaços de lazer, o esforço individual para consolidação da

beleza a ser copiada, mesmo que esta fosse idealizada, longe de encontrar corpos reais e vivos³⁹ que pudessem representar seu modelo.

As reportagens/imagens/anúncios se confundem a todo o momento, reafirmando o papel da publicidade e incitando os discursos da beleza. “As fotografias pertencem ao momento histórico, pois devem ser continuamente renovadas e atualizadas”⁴⁰. Os editoriais ratificam a imagem dos reclames, revelando para o leitor que o corpo desejado pelo modelo publicitário é o praticado pelas reportagens. Os reclames da “*Maquillage Coty*” em *Scena Muda* tratam dessas questões devidamente amparadas pelos discursos dos próprios personagens/atores criados pelas revistas através da publicidade.

*A beleza depende do conjunto: faça com que seu maquillage siga sempre a elegância do seu vestir; está na sua vontade não permitir que a vençam em beleza...repare que as mais bellas de suas amigas são geralmente as que sabem servir-se de maquillage com perfeita noção do que vale o conjunto[...]*⁴¹

*Junte sempre a beleza de um modelo original à originalidade do maquillage Coty; ao provar um novo chapéu original e chic, preste atenção também à conveniência de modificar e dar também um toque de originalidade ao seu maquillage[...]*⁴²

*Deixe que o colorido mais jovem do maquillage Coty complete a sua beleza e realce os encantos que a ornar, saiba escolher o tipo de maquillage que convém a sua beleza e se harmoniza melhor com o tom de seus cabelos e a cor de seus olhos[...]*⁴³

O anúncio deve estar devidamente assistido pelas reportagens de forma dinâmica, nunca justificado por uma prática apenas. A beleza deve ser construída por um conjunto de

³⁹ GOELLNER (2003) ao falar dos textos da *Revista Educação Physica* trata de da mitificação da beleza a ponto de torná-la quase incorpórea, pois contempla um padrão estético construído para representar figuras humanas idealizadas.

⁴⁰ BERGER (1999), pág. 132.

⁴¹ *Scena Muda*, número 1007, pág. 02, 1940.

⁴² *Scena Muda*, número 1009, contra capa, 1940.

⁴³ *Scena Muda* número 1011, 1940.

práticas que, ao longo do tempo tornam-se normas, regras, deveres. As noções de beleza nas imagens estão ligadas a uma idéia sistêmica, nunca produzidas isoladamente, sempre vinculadas a um esquadramento físico e moral.

Para construir beleza se constrói também um sistema de organização tanto social quanto físico-corporal. Os cuidados com o rosto devem se distinguir dos cuidados de outras partes corporais, assim como as formas de se portar, conversar, comer, freqüentar espaços revelam a beleza de cada um.

A vida moderna impõe conceitos de liberdade ao mesmo tempo em que dita como devem ser as escolhas relacionadas ao que precisa ser consumido; “o consumo deve estar ligado ao processo de fabricar glamour”⁴⁴ através da imagem do prazer. O prazer é vendido pelo personagem/ator através da idéia de realidade impressa na fotografia. Quanto mais próximas as práticas, mais próximas também a chances de identificação que se confunde no corpo do personagem/ator/anunciante. Não se sabe onde começa o anúncio ou onde acaba a reportagem. Celebra-se a felicidade consumida na fotografia e seus mais diversos usos: revelar o corpo moderno como sinônimo de prazer, traçar relações diretas entre as práticas corporais das reportagens e dos anúncios, ratificar os discursos da beleza pelos especialistas de figurino, cultura física, cenógrafos, médicos.

Pensar a fotografia nas revistas é, sobretudo, pensar no país que deveria ser formado, nos modos de vida que deveriam ser construídos, nos hábitos que deveriam ser forjados. As

⁴⁴ BERGER (1999) diz que normalmente a publicidade é explicada e justificada pela mídia competitiva que, em última instância beneficia o público e os fabricantes mais eficientes, tratando assim de idéias de liberdade tanto do comprador quanto do fabricante. Portanto, a publicidade propõe que cada um de nós nos transformemos, ou nossas vidas, a comprar algo a mais que nos fará de alguma forma mais ricos. Assim, ela passa a idéia de transformação ao mostrar pessoas que se transformaram e que são, em vista disso, invejáveis. E o estado de ser invejável constitui glamour.

fotografias de *Cinearte* e *Scena Muda* não só sintetizam uma série de relações e turbulências das primeiras décadas do século XX (civildade, higiene, eugenia, modernidade), como também passam pela formação para uma educação para a beleza.

Aglomerando-as, construiríamos um enredo de práticas corporais que vão justificar diferentes discursos: vender o cinema e todos seus produtos, ampliar a inserção de novos hábitos na população brasileira refletidos nos modelos *Hollywoodianos*, impulsionar a criação de salas e espaços dedicados ao cinema no Brasil, promover um cinema nacional de qualidade, reformar o corpo brasileiro.

Tempos e memórias das fotografias em seus diversos tempos: entre o tempo do olhar do espectador à imagem da tela; da distância da imagem ao tempo da memória que se localiza no corpo; memórias dos objetos, das imagens que ainda compõem os nossos sentidos; pedaços vivos de práticas corporais atuais, assim como as imagens e as revistas; locais de permanências dos discursos da beleza.

Segunda Centelha

Narrando imagens, justificando escolhas

São 14 de março de 1939...

Depois de meses passando as folhas de papel quebrante, respirando mal devido aos ácaros dos arquivos, eis que me deparo com *John Payne* numa capa de *Scena Muda* (Imagem 14). Não fosse pela minha surpresa de após meses me deparando com capas coloridas que se repetiam por belos homens e mulheres revelados pela pintura das impressões gráficas do momento, mas ele era diferente. Era a primeira capa de uma imagem masculina despida e em movimento, ou na tentativa dele, que eu acabara de encontrar. Resguardada minha impressão, não apenas por sua beleza, mas também por seu olhar que não enfrenta a câmera, por segurar com força, dissimulada pelo seu corpo, algo semelhante a um aparelho de executar exercícios de remada.

Cabelos arrumados e engomados como de um *sportman* ele exibe seu corpo. Executando uma atividade que exige força, no seu rosto não há sinal de desgaste físico. Pelo contrário, *John* não se exhibe, exibe apenas seu corpo; ele não olha, deseja o olhar do leitor. Sua masculinidade depende de força e virilidade, revelada pelo movimento corporal. Movimento que insinua o olhar para a câmera fotográfica. Simulacro do seu próprio corpo, *John* representa talvez o que desejo olhar: os simulacros de representações do real, os espaços construídos e posados, as práticas incessantemente repetidas, a fronteira entre os discursos das revistas e sua inserção num tempo histórico.

Sua foto não tem frente nem fundo, é cinza, enquanto a maioria, ou todas as capas vistas até então, eram coloridas. Seu corpo é uniforme, assim como a cor da imagem vista. Ele é um ator, trabalha fabricando corpos de personagens. Mas naquela imagem, ele é ele mesmo, mesmo que representado por seu próprio personagem. O anteparo das mãos não se sustenta por muito tempo. *John* dissimula a força que executa ao puxar a remada. Trata seu corpo de forma pública. Mostra o quanto é possível produzir seu próprio corpo.

Talvez ele mereça importância por não ter frente nem fundo, por estar em movimento, por não enfrentar a câmera, por, ao ser fotografado, repetir exatamente sua profissionalização, dizendo que o corpo do personagem que ele tenta representar é ele mesmo. Seu cenário é seu próprio corpo, não tem figurino, pois esse é também seu corpo: peitoral avantajado, braços torneados, ventre comprimido. Ele não é o ator nem a personagem, no entanto se veste de movimento e força física. *John* poderia passar pelos meus olhos vestido num verdadeiro *typo* masculino: traje inglês com jaquetão de gola de seda, elegante e discretamente vestido como tantos outros vistos por mim. “Na moda masculina é preciso discrição e porte”. (Imagem 16)⁴⁵

Ao contrário de *John*, a imagem do corpo feminino que se diferenciava de todas as outras até então estava milimetricamente medida: seus bíceps, quadris e pernas deveriam exibir a máxima proporcionalidade do corpo feminino dentro de um maiô preto, que ao recobrir seu corpo, revelava-o pelas curvas das mãos ao aparar os quadris. Seu olhar deseja que a vejam, olha nos olhos da câmera, sorri com sua forma física conseguida cuidadosamente a partir de todas as recomendações dos devidos especialistas das práticas corporais. (Imagem 17)

⁴⁵ Cena Muda, número 736 – 1935.

Bárbara Read (Imagem 15), *Danielle Darrieux* (Imagem 19), e *Esther Ralston* (Imagem 12) exibem seus corpos na beira da piscina. A piscina se transforma num cenário que une lazer, arquitetura, esporte e comportamento⁴⁶. A piscina torna-se aparato de intimidade, espaço privilegiado da casa. O modelo masculino está para o *sportman* assim como as piscinas estão para a relação do corpo feminino consigo mesmo. As banhistas modernas não se lavam, exibem suas piscinas e seu corpo.

As piscinas de *Hollywood*, localizadas no espaço da casa, contribuíram para a disseminação desse ambiente para os novos lazers. A disseminação das piscinas estava ligada às mais diversas atividades ao ar livre, assim como os banhos de mar e os passeios no campo, imagens recorrentes nas revistas. A piscina se legitimava para o verão californiano, apropriava-se não só da natação, mas também da atmosfera de luxo e exclusividade. A nova estrela da *Universal*, a sereia da *RKO* e a garota da *METRO* não precisariam, dessa forma de mais que um belo sorriso, pernas levemente levantadas e quadris delineados.

As *pequenas*⁴⁷ amam o sol e a diversão: as *swimming pools*⁴⁸ são o local do corpo feminino desejado. É do trampolim que seu corpo deve ser arremessado pela fotografia. A piscina não é só a água que reflete o corpo do espetáculo, ela é o *status* de intimidade da casa, o modo esportivo, a liberdade do tempo do não-trabalho, a limpeza corporal.

A relação com a água em *Hollywood* é sempre prazerosa e feliz. Das piscinas aos novos sabões para o corpo à moda dos maiôs. Seus corpos devem estar prontos e preparados

⁴⁶ Idéias discutidas também na Revista *Yero Alphaville* pág 62 a 67, quando em matéria intitulada “*Por que adoramos piscinas*”. Nela, LOGULLO diz que o glamour das piscinas é uma invenção recente. Foi no início do século XX, quando as piscinas ainda eram restritas a parques aquáticos e clubes de natação que houve uma elitização das mesmas nas grandes mansões californianas, amparada e legitimada pelas imagens e espaços produzidos por Hollywood.

⁴⁷ Forma como comumente eram chamadas as mulheres. Mesmo que, graciosa, bela, meiga, dócil. Qualidades que deveriam representar todos os atributos da feminilidade. Este termo é recorrente nos artigos ao tratar dos discursos para o público feminino.

⁴⁸ O mesmo que piscinas. As piscinas nestas revistas são sempre referidas às *Swimming pools*.

para serem vestidos e despidos na piscina da casa ou nos banhos de mar. “A piscina é, sobretudo, um local cinematográfico: azul, exala luminosidade e implica em diversão” ⁴⁹. Sinônimo de grandeza e ostentação, prazer e fluidez.

As piscinas são divisores de águas em *Hollywood*, pois conseguem exprimir as imagens dos corpos justificando-os pela moralidade do exercício, assim como seu despimento. As modernas banhistas não apenas se banham nas piscinas ou no mar, mas, obrigatoriamente exercitam-se em atividades diárias esportivas ou ginásticas. Para as estrelas se despirem era necessário justificar seus corpos pelos cenários construídos. As piscinas são construídas para serem locais autorizados a despir o corpo e vesti-lo de prazer e felicidade. Seus corpos devem virar publicidade nas páginas recorrentes de todas as revistas que falam de *Hollywood*, sempre com as mesmas fotos e quase todas com o mesmo texto escrito. Os corpos à beira das piscinas vão significar luz, abundância e prazer.

Julie Bishop (Imagem 08) não surge na piscina, mas numa cadeira; ela eleva seu tronco dez vezes a cada movimento, repetidamente. De costas, apoiada numa cadeira qualquer, ela eleva suas pernas e lança seu sorriso e seu olhar para a câmera. Muito útil à “*esbelteza*” do corpo e também para as linhas das pernas ficarem “*em forma*”. A lei dos *typos* deve ser devidamente regulada por pré-requisitos que vão desde a posição das costas, das pernas, dos braços, do pescoço, até a cadência suave das repetições do movimento proposto. E assim se seguem todas as imagens que, ao tratarem as ginásticas como práticas libertadoras do corpo para a boa forma, exibem com extrema cautela e elegância as posturas e posições corporais. Guias de movimentos ginásticos bem organizados corporalmente são muito mais uma forma de viver do que uma obrigação para manter o corpo para o trabalho.

⁴⁹ Revista *Yero Alphaville*, págs. 62-67.

O esporte obrigatoriamente estava ao ar livre, sempre rodeado por lindos jardins. As quadras de tênis são tão recorrentes quanto as saias e shorts feitos de *panamá de seda branco e seus bordados escarlate*. O *tennis dress* de jérsei branco veste agora os pés que desejarem se equipar para a moda dos jogos de tênis (Imagem 28 e 29). Para se movimentar é necessária uma série de suportes corporais que, ao aperfeiçoarem a prática dão também conforto e prazer.

Essas imagens são, sobretudo, “a aventura do fotógrafo, elitista, profética, subversiva, reveladora, pois mostra aquilo que os olhos insensíveis perderam”⁵⁰ criando outro hábito de ver, educações para olhar, não apenas a imagem, mas os detalhes descritos no texto, hábitos que, ao permanecerem na contemporaneidade, especializam cada dia mais o olhar sobre a produção das belezas, revelando práticas e segredos arduamente conquistados com os suores do esforço físico para a moral do trabalho.

Imagens das décadas de 1920 a 1940 que, ao revelarem beleza, discutem os temas do seu tempo. São permanências contemporâneas, talvez por isso foram escolhidas para serem lidas aqui.

⁵⁰ WESTON *apud* SONTAG (2004), pág. 112.

*A serviço da beleza*⁵¹

*“Se a própria vida é biologicamente estética e se o próprio cosmo é primariamente um evento estético, então a beleza não é apenas um acessório cultural, uma categoria filosófica, um domínio das artes, ou mesmo uma prerrogativa do espírito humano. Ela sempre permaneceu indefinível porque é uma testemunha sensorial daquilo que está fundamentalmente para além da compreensão humana”*⁵².

*“Ao examinarmos a literatura histórica e antropológica descobrimos que durante a história humana, as pessoas marcaram com cicatrizes, pintaram, perfumaram, colocaram enchimento, enrijeceram, depilaram e poliram seus corpos em nome da beleza”*⁵³.

Imagens em movimento, imagens sobrepostas, montadas, coloridas, pintadas, em preto e branco, sobretudo, imagens que relatam pedagogias, métodos e técnicas de como produzir a beleza. SANT'ANNA dá indícios de que o embelezamento feminino tem uma história: da medicina ao esporte, passando pela higiene e pela moda⁵⁴. Porém, beleza aqui também é atributo masculino, ainda que demonstrada pela idéia da força física. A beleza masculina é revelada, mesmo que não dita em forma de texto escrito, entendendo que as fotografias com as quais tratamos não são espontaneístas, foram produzidas e refinadas a partir do que era necessário revelar no corpo.⁵⁵

Instigar a beleza, dando responsabilidades, principalmente à mulher, deve ser fruto para as conquistas diárias do trabalho dos atores e atrizes *Hollywoodianos*. Os diálogos das revistas são, na maioria das vezes, para a *leitora*, pois é ela quem vai fazer a ponte entre o que

⁵¹ Nome de um dos anúncios de *Scena Muda* sobre os Sabonetes Araxá. Revista número 913 - 1938.

⁵² HILMAN (1993), págs. 136 e 137.

⁵³ ETCOFF (1999), pág. 13

⁵⁴ SANT'ANNA (1995), pág. 121

⁵⁵ PERROT *apud* SANT'ANNA (1995), pág. 121, diz que a idéia da beleza está para o feminino assim como a força está para o masculino e que isso atravessa séculos e culturas. Não quero negar essa relação, quero pensá-la a partir da produção do embelezamento, entendendo que a idéia da força física também é produzida para o discurso da beleza mesmo que negada pelo discurso da masculinidade.

foi divulgado e as expectativas editoriais na sua relação com os fãs⁵⁶. O público masculino também deve consumir hábitos que o torne mais sedutor, desejado e viril. A beleza masculina é revelada pela imagem em ação, o que enfatiza a prática *sportiva*. (Imagem 07 e 29)

As revistas, vestidas sobre os aparatos dos discursos cinematográficos, ajudaram a criar, definir e reafirmar politicamente as práticas corporais de uma memória que sustenta um padrão de juventude, brancura e prazer: diálogos entre *Hollywood* e os ideais estéticos do corpo. É nesse espaço que o homem do início do século XX também constrói sua educação corporal, não apenas através do comprar o que se vê, como se faz, mas também sendo por isso educado. Educar as maneiras de conquistar a beleza individual, sua auto-imagem, seu *status* social. As imagens destituem a distância entre a aparência e o real, educando os desejos como naturais, dando forma, segmento, simetria. Especializam-se as práticas gerando na leitora o desejo do hábito, do consumo induzido e ratificado por uma infinidade de produtos que vão levar o corpo ao encontro da materialização da beleza.

As pedagogias da beleza, construídas ao longo dos anos de circulação desses periódicos, lapidam o trabalho da pose, da fotogenia do corpo frente às câmeras. O corpo deveria, segundo as pedagogias da beleza, ser construído e aperfeiçoado para que pudesse ser revelado, dado como verdade, incitado como desejo. Corpo este construído de forma fabril; a beleza gera automação do desejo. Mecanicamente, o desejo era produzido a partir de uma educação para a vontade, onde o leitor poderia escolher livremente como queria produzir seu corpo, desde que esta escolha fosse controlada pelos desejos incitados por *Hollywood*.

⁵⁶ Ambas as revistas tinham sessões de *fans*. Espaços onde eram perguntadas e respondidas curiosidades, afetos, desafetos em relação aos artistas divulgados na sessão anterior, ou sobre algum filme que estava em cartaz naquele momento. São também denominadas no período como revistas de *fans* ou revistas ilustradas.

O trabalho de horas no estúdio deveria ser compensado com pouco sono para não engordar; sessões diárias de maquiagem, com cuidados para saber se essa combina com as formas corretas do figurino do momento; sessões de ginástica nos ginásios construídos dentro dos estúdios (Imagens 09 e 10), com acompanhamento do especialista em cultura física. A construção de uma série de práticas relativas às acima citadas é que definiriam se as leitoras poderiam ser belas como as estrelas.

As qualidades para ser estrela, deveriam ser, principalmente, advindas da materialidade externa, compostas pelas mais diversas práticas corporais, que juntas poderiam materializar no corpo todas as impressões que a beleza causaria. O exercício de ser bela deveria exibir tanto as qualidades físicas do corpo quanto suas subjetividades, educações, hábitos que fossem condizentes com um equilíbrio mental e espiritual. O corpo conteria as marcas nítidas e claras dessas inserções, assim como as subjetividades devidamente avaliadas a partir de reflexões sobre si mesmo. O auto-conhecimento e a auto-análise pertenceriam a esse grupo de subjetividades que, agrupadas, podem fazer de qualquer um, estrela de *Hollywood*. **VOCÊ TEM QUALIDADES PARA ESTRELLA?**

[...] Analysando as qualidades que o cinema requer, W.S. Van Dick, um dos mais destactados directores de Hollywood e descobridor de muitas grandes artistas, indica também as qualidades que uma mulher pode ter:

[...] somente um corpo formoso lhe dá distincção

[...] corpos bonitos podem ser desenvolvidos por meio de dieta própria e exercícios. Equilíbrio pode ser adquirido por qualquer pessoa.

[...] uma estrella ou uma mulher completa requer igualmente um equilíbrio mental e espiritual. Van Dick faz vinte perguntas para ver se a leitora tem qualidades de estrella:

- 1) Tenho belleza?*
- 2) Tenho maneirismos irritantes?*
- 3) Minha figura é boa?*
- 4) Ando graciosamente?*
- 5) Tenho equilíbrio?*
- 6) Tenho controle de mim mesma?*
- 7) Tenho ponderação?*

- 8) *Sou paciente?*
- 9) *Sou indulgente comigo mesma?*
- 10) *Sou preguiçosa?*
- 11) *Sou facilmente desencorajada?*
- 12) *Sou inteligente?*
- 13) *Minha educação é suficiente?*
- 14) *Tenho bastante experiência da vida?*
- 15) *Tenho imaginação?*
- 16) *Sou sincera?*
- 17) *Sou honesta em verificar meus próprios defeitos?*
- 18) *Tenho um espírito largo ou inferior?*
- 19) *Meu modo de falar mostra personalidade?*
- 20) *Tenho um talento ou habilidade que destaca?*⁵⁷

As imagens nos mostram que era fundamental educar a leitora, tratá-la como mais uma possível atriz, mesmo que esta realidade fosse bastante longínqua e idealizada. Era preciso construir a beleza para o trabalho da publicidade assim como também era necessário construir a beleza das pessoas comuns, “livrá-las dos antigos hábitos”⁵⁸ e libertá-las corporalmente com os devidos cuidados.

A beleza é experimentada de diferentes formas: agrupada aos ideais de saúde, às formas de se movimentar corretamente no esporte, à ginástica, à moda, à intimidade da casa, ao estúdio, aos horários de lazer, ao consumo de produtos que, além de beleza, trariam o prazer, às formas corretas de maquiar, comer e dormir. (Imagens 22,26 e 27)

Homens e mulheres exibem as mais diversas práticas corporais, porém o esporte e a ginástica se destacam por conseguirem aliar beleza, saúde, movimento, virtude e harmonia.

⁵⁷ Cinearte, agosto de 1936.

⁵⁸ GOELLNER (2003) ao estudar a beleza feminina na *Revista Educação Physica* diz que para ser bela há de abandonar velhos hábitos como o uso do espartilho, das contas e das roupas apertadas que deformam o corpo, pois beleza exige movimento. Pág. 35.

Incitando os desejos dos leitores, as mais variadas formas de se movimentar deveriam expor o corpo do(a) artista, os espaços por eles ocupados: a casa, o estúdio, os ginásios, as quadras. São retratados corpos em movimento como instrumento para manter a beleza: assim como as corridas de turfe, ciclismo, o boxe, o atletismo, o golf, a natação. (Imagem 07).

As *Vênus*⁵⁹ nesse momento tornam-se americanas, surgem com frequência e se disseminam através do *star-system*; seus corpos e poses valem mais do que a atuação neste ou naquele filme. Promove-se a dita estrela através do que ela parece ser. A carreira é impulsionada pelo que dizem sobre ela.

As formas masculinas que aparecem nas revistas a todo tempo, em poses, sorrindo, bem vestidos, quando com alguma parte do corpo à revelia, estão em ação. O nu masculino, muito raro nas imagens, existe pautado nos conceitos da harmonia grega, sempre na simulação do movimento. Estão nas poses que aprendemos a interpretar como do herói, contorcendo-se, às vezes segurando um discóbolo, uma flecha, algo que o faça movimentar, algo que seja capaz de mostrar toda sua força e virilidade e também beleza. (Imagem 02)

As banhistas, imagens recorrentes nas páginas passadas são também seu reflexo na água. Nunca estão molhadas: cabelos secos ao vento, pernas cruzadas e sempre alongadas pela imagem. Da água temos apenas o reflexo de um cenário construído. (Imagem 12 e 19)

*Sport*⁶⁰ e cinema vendiam. Qual deles praticar? O que fazer? Como jogar? De que forma aparecer? Que roupa vestir? Questões recorrentes de quem vê a revista, de quem lê suas

⁵⁹ A *Vênus de Milo*, estátua grega, sinônimo de beleza e harmonia feminina é constantemente invocada nos discursos das revistas para comparação com a beleza das estrelas *Hollywoodianas*.

⁶⁰ Fernando de Azevedo em *Da Educação Física* págs.114-117 trata da predominância esportiva nas escolas anglo-americanas. Segundo o autor, o abuso na prática prematura dos esportes que os americanos influenciados pelos ingleses, vinham se utilizando resultaram em esportes violentos e que despendiam muita força muscular atrapalhando o trabalho intelectual. Utilizar prematuramente o esporte sem se submeter antes às ginásticas científicas, gerava uma incompatibilidade entre trabalho intelectual e exercício físico. A ginástica racional deveria ser uma terapêutica ao espírito esportivo da educação anglo-americana

imagens. Distribuídas entre as imagens, vemos práticas pouco comuns no Brasil: *baisebol*, cordas para treino de boxe. Os astros e seus “*exercícios sportivos*”⁶¹ eram uma forma dos grandes *studios* difundirem através do *marketing* o modo de vida. Algumas colunas dedicadas exclusivamente às práticas físicas circulavam com constância nas revistas e se intitulavam “*Sport e Sol*”, “*Gymnastica e Sol*”, “*Hollywood Sportiva*”. Essas colunas eram eminentemente fotográficas, com exercícios passo a passo para que a leitora pudesse desfrutar dos mesmos prazeres da estrela.

É dessa cortina urbano-industrial que se faz a aparição de um novo século, novos modos, novos lazers, novas sensações. “O período de disseminação do cinema coincide com o período de sistematização esportiva dos clubes: criação de campeonatos, ligas de futebol, tênis, natação, ginástica, dentre outros no Brasil. Apesar dos esportes e das práticas corporais já estarem organizadas antes da virada do século, elas vieram a sistematizar-se em Confederações, Comitês e Associações depois de 1900”.⁶²

No mesmo momento em que a cultura física toma espaço na mídia, o cinema também o faz, utilizando o mesmo instrumento: a imagem do corpo. É nesse momento que cinema/imagem e corpo mostram seus pontos de coerção, quando preparam seus corpos e sua indústria para as aparências. Esses corpos estão prontos para levar aos leitores uma idéia de aparência física cuidada, higiênica e eugênica.

⁶¹ Nomes de alguns títulos publicados nos periódicos quando em referência aos esportes.

⁶² MELO (2004) diz sobre a fundação da Associação Cristã de Moços de São Paulo e oito Clubes de Regatas em 1903. Instituição do Comitê Olímpico Nacional e da Federação Brasileira de Esportes em 1914. Fundação da Associação e Cronistas Desportivos em 1917. Levantamentos dos primeiros campeonatos sul-americanos, com títulos no futebol, natação, pólo aquático, etc. MELO (2001) trata também da forte influência esportiva no Brasil a partir da segunda metade do século XIX, onde o esporte encontrou terreno fértil e possibilidades de se estabelecer no país a partir do desenvolvimento da industrialização e pelo crescimento da zona urbana, principalmente no Rio de Janeiro. O autor relata o turfe e o remo como os esportes centralmente abordados no campo esportivo da sociedade carioca na transição para o século XX. SALLES GOMES (1974), pág. 311 diz também que o sucesso dos nossos futebolistas era uma forma de dar visibilidade brasileira no exterior como a boa figura do time brasileiro no campeonato Sul-Americano tinha sido animadora, mas que contou mesmo foi a excursão do Paulistano à Europa.

Por isso, as revistas fazem insistências semanais de empenho para a beleza, uma forma de encontrar seu interior através do exterior, das atividades corporais à cosmetologia; uma tentativa de *“juntar sempre a beleza de um modelo original”*⁶³ que, neste caso, seria o modelo construído.

*“Os filmes ofereciam lições práticas de moda, de maquiagem e de comportamento, num período em que tudo aquilo que era inovador e moderno se identificava com os Estados Unidos. A promoção de um novo tipo de mulher ligada ao mundo do consumo teve, segundo alguns, uma influência emancipatória, pelo ao menos até a Segunda Guerra Mundial, pelo fato de apoiar comportamentos e relações sociais por parte das mulheres mais livres do que no passado”*⁶⁴.

Os atores e atrizes eram grandes suportes de um modelo a ser copiado. As revistas ofereciam às leitoras brasileiras um prazer visual, algo que poderia ser conquistado, mas sempre copiado. Todas as novas experimentações da indústria eram testadas nos corpos suportes dos *stars*. Eles tinham seus corpos como instrumento de trabalho para promoções de novas preocupações e desejos a serem conquistados, dentre eles o desejo corporal.

Através das revistas, os leitores se envolvem num imaginário que não os pertence, mas que se faz alcançável a partir do momento em que são encorajados a pintarem-se, exercitarem-se, vestirem-se como na foto remetida à inércia do movimento.

“Com imagens e com palavras, defendem e louvam os valores ligados ao aperfeiçoamento cosmético, à heterossexualidade e à família. No entanto, dentro de fronteiras de segurança bem estabelecidas, as revistas femininas pregam a realização pessoal e a mudança. As leitoras são exortadas a

⁶³ Cena Muda. Propaganda das maquiagens Coty durante a década de 1920.

⁶⁴ PASSERINI (1991), pág. 388.

*melhorar sua aparência física, a exprimir a sua individualidade, a gerir seus lares de forma mais eficiente, mais econômica e com mais amor, e a triunfar sobre a adversidade. A leitora é encorajada a dominar sua situação pessoal – mas não pô-la em questão”*⁶⁵.

As práticas corporais nos periódicos, principalmente as femininas, passam a ser reguladas pelo grande número de leitoras das revistas e seus objetos diretos de fonte de desejo⁶⁶. Lições de economia corporal no tempo e no espaço misturam interioridade e exterioridade. Para melhorar internamente, é necessário estar bela por fora, algo tão recorrente nos discursos das *stars* quanto na propaganda para venda de produtos, vinculando uma dependência cada vez maior de tudo que de novo se consome.

É um corpo que cobra a cada foto uma estatização, uma posição, um sorriso, uma repressão, uma forma política de, reprimindo, libertá-lo para as demais práticas. A *star* da revista pode transgredir na moda, no seu lazer, e nas demais práticas. Mas suas famílias e a moral social revelam discursos contrários aos produzidos por ela, para formar a imagem que os estúdios desejavam.

Cinema e fotografia, assim como as atividades físicas, contribuíram para o desnudamento destes corpos. Desnudamento físico cerceado pela liberdade e funcionalidade da pátria, para filhos que deviam se constituir de mães fortes e saudáveis para assim também o serem⁶⁷. As revistas incitavam o desnudamento, vestindo os desejos para uma harmonia corporal e espiritual, ao mesmo tempo em que aliavam seus produtos, antes supérfluos, agora

⁶⁵ PASSERINI (1991), pág. 418.

⁶⁶ Segundo LUCAS (2005) *Cinearte* chegou a atingir 250 mil exemplares em uma edição e no final dos anos 1920, sua tiragem era de 60 mil exemplares.

⁶⁷ Ver mais em GOELLNER (2003) quando trata da maternidade como um dos temas principais destinados à mulher na Revista *Educação Physica*.

indispensáveis à condição para se obter tais formas. Anti-rugas, maquilagens, pastas de dentes eram remédios para combater a feiúra; esta a doença.⁶⁸

A tentativa do embelezamento do corpo é sempre tratada para uma harmonia corporal. Nada deve estar em excesso, nem a gordura, nem os músculos. Os discursos de uma dicotomia entre corpo e mente estão estampados, principalmente, no corpo masculino.⁶⁹ São eles os representantes da força e conseqüentemente de uma possível mente vazia. Por isso o trabalho intelectual era fundamental, aliado aos prazeres físicos que deixavam o corpo além de forte, espiritualizado.

O corpo grego era também o corpo desejado pelo cinema. Corpo em harmonia, sem exageros musculares, que deveria ceder lugar para a intelectualidade, mesmo com o trabalho atlético. A força, qualidade física tão caracterizada para o imaginário social masculino, deveria, segundo Fernando de Azevedo ser expressão objetiva da bela saúde à perfeição anatômica.⁷⁰

A construção de um corpo atlético é também uma construção artística, trabalhada para que haja uma harmonia de formas, de curvas que não prejudique em demasia a feminilidade nem a masculinidade. A construção da beleza corporal pode ser dada de forma inata, ou seja, adquirida pela arte do aperfeiçoamento a partir de práticas que controlam os fluxos dos desejos

⁶⁸ SANT'ANNA (1995) ao falar dos remédios que curavam a feiúra diz que entre os anos de 1900 e 1930, dezenas de publicidades concorrem no combate dos mais diversos "defeitos" da aparência feminina. Assim como em *Cinearte* e *Scena Muda*, essas revistas são pródigas em publicidades de remédios para a beleza que, por sua vez, servem para curar uma infinidade de males diferentes.

⁶⁹ Fernando de Azevedo, em seu estudo sobre a cultura atlética, nos fala da harmonia entre forma e vigor físico relativo ao corpo masculino. Segundo ele, "*a verdadeira atlética, a educação física erigida ao nível de uma arte plástica, de base científica, deve ter por fim realizar estes tipos perfeitos, a cuja formação se destinavam os exercícios gímnicos e naturais da educação helênica, que, repelindo a desarmonia muscular por hipertrofia, não se comprazia nestes atletas de feira, de pescoço taurino, sulcado de cordões distendidos e de invólucro muscular nodoso, maciço e grotesco, nesses atletas profissionais, a que os músculos parecem ter tirado todas as forças e todo o vigor da inteligência.*"

⁷⁰ Idem, *op. cit.*, pág. 228.

da beleza. Da mesma forma, este corpo deveria ser vendido como forma de movimento. O movimento como forma de vestimenta; o despimento que veste o movimento.

O esporte ajudava os atores a conseguir o corpo harmonioso para o cinema. O corpo ficava potencializado como objeto de desejo nos dois grandes lazeres, cinema e esporte. O poderio corporal para o cinema era também seu poderio político do lugar da beleza para o divertimento, sendo o esporte o mais expoente deles.

Cinearte de janeiro de 1939 faz grande reportagem com título “*Elles são do sport*” citando vários atores que são *sportsmans* no golf, natação, esgrima, tênis, iatismo. As revistas nos mostram “uma demonstração natural do ídolo e ao mesmo tempo sua qualidade de ser comum, torna-se parte importante da apoteose: ele pode ser qualquer um, mas ao mesmo tempo ele é algo mais” ⁷¹.

A poesia publicada numa coluna em CINEARTE em 1926 exemplifica esse discurso, quando fala da humanidade dos astros:

*Brilharam no céu primeiro
Depois aos centos, aos mil,*

*De vaqueiros do Arizona
(Não fosse Deus brasileiro)
Aqui estão fazendo a zona nos cinemas do Brasil*

...
*Desde a intriga que envenena
Até o amor: tudo vêm
Há um beijo no fim da scena
E tudo termina bem*

...
*E a Norte-Americana passa
Pelos olhos do Brasil
Si é mulher tem tanta graça!*

⁷¹FURHAMMAR, L. e FOLKE, I. (1976), pág160

Si é homem, como é gentil!

Grande é a popularidade

Que gozam entre mortaes

Mas convém dizer-vos mais:

Os “astros” na intimidade

*Como devem ser banais!*⁷²

A graça, a gentileza e a banalidade são formas de cultivo dos astros pela publicidade, no momento em que seu corpo não está em ação nos filmes, mas na imagem da idéia de uma vida real. A publicidade de um artista se dirige ao “meu” e a propaganda do produto se dirige ao “nosso”. Da individualidade à coletividade o que é “dela”, pode também ser “meu”. Relações políticas de poder que tentam atingir um consenso geral: o “ter” para ser”.

O panorama político era favorável para o cinema e para as políticas de estrelismo. As revistas ilustradas, como eram chamadas, dão tratamento à cultura visual e percorrem o fio variável dos exercícios que devem ser praticados. Os eventos esportivos e cinematográficos tocam o corpo do espectador de forma singular: através do desejo. Do desejo carnal ao desejo que emocionalmente se faz ao adquirir, comprar, ter, sentir, vestir, dizer. Verbos que conjugam muito bem com o que foi construído no imaginário feminino para a gestão do lar e dos filhos. As revistas outorgam e clamam pela mulher através de sua própria imagem espelhada, já sentimentalizada pelo universo feminino dos pequenos cuidados corporais, cada dia mais indispensáveis.

⁷² Cinearte Agosto 1926, número VIII, pág. 08.

Movimentos em imagens que são perdurados pelas práticas corporais. As revistas, não somente reafirmam a necessidade das práticas corporais a cada número, como também fazem dela seu grande potencial para divulgar seus produtos vinculados ao cinema.

A ginástica⁷³, prática moderna (assim como o esporte) vem, necessariamente, acompanhada de extrema felicidade. Homens e mulheres sorriem ao mesmo tempo em que estendem suas pernas e fazem suas sessões de ginástica. Naquele momento, já havia espaços próprios dentro dos estúdios para tais práticas. Especialistas em cultura física dos estúdios da *R.K.O.* e da *Paramount* mantinham o vigor físico e, assim, os lucros. Grandes ginásios foram construídos especialmente para abrigar esses profissionais que precisavam deixar os atores com o corpo pronto para suas atividades nos filmes.

Cinearte de dezembro de 1940 traz a reportagem: “*APERFEIÇOANDO AS ESTRELLAS*” sobre um dos mais famosos especialistas em cultura física daquele momento: *Dick Kline*. Ele trabalhava desde 1927 com lições de ginástica ao ar livre numa praia, quando um executivo o descobriu e levou-o para trabalhar nos estúdios da *Paramount* como diretor de *Cultura Physica*.

Hoje, Kline tem seu estabelecimento próprio em Hollywood Boulevard. Sua tarefa é ainda manter as estrelas e astros em forma. Tarefa importante, pois quando uma “star” sofre uma perturbação physica durante a produção de um film dispendioso, as despesas pela espera de seu restabelecimento sobem assustadoramente – as vezes vão a 10.000 dolares por dia.[...] Elle entrou para o corpo de Fuzileiros Navaes onde focou 2 annos. Ahi estudou cultura physica e ao dar baixa no Serviço Militar, ingressou como atleta de circo, onde curvava

⁷³ A ginástica aparece nas revistas como prática importante para a formação de um corpo que sustentasse grandes cargas de trabalho. Ela é tratada nos textos/imagens das revistas como prática científica a partir de um discurso hegemônico advindo do século XIX. Ela tinha o poder de limpar, modelar e retesar o corpo a partir de diferentes movimentos e séries de exercícios. SOARES (1998) trata desse tema a partir da ginástica francesa quando essa incorpora elementos de ordem e disciplina e também internaliza conceitos de noção de economia, de tempo e energia, regulando o cotidiano da sociedade européia do século XIX. É também dessa ginástica científica que as revistas vão promover a tentativa de reformular o precário corpo brasileiro, tentando torná-lo tão branco, limpo e reto quanto à imagem do astro em movimento.

*barras de ferro e executava outras façanhas desse gênero. Depois de 2 annos de circo, em 1925, teve a idea de organizar um vasto curso de gymnastica ao ar livre numa praia – e propôs a idea a Câmara de Commercio de Atlantic City. Logo em seguida foi para Hollywood, onde experimentou suas ideas nos astros e estrellas do cinema. Os exercícios que elle inventou para as “glamours” celebridades da télla, são tão applicaveis à ellas como à qualquer leitora.*⁷⁴

Os profissionais em *Cultura Physica* começaram a se tornar indispensáveis para manter o vigor físico das longas horas de gravação nos estúdios. Estes especialistas deixavam seus funcionários com a saúde em dia e suas funções eram evitar que os estúdios não tivessem prejuízos financeiros, utilizando práticas funcionalistas, que resguardavam o corpo, a imagem do ator e o patrimônio dos estúdios, contribuindo para a saúde e para a beleza divulgada como marketing nas revistas.

Dick Kline foi certamente um ícone para *Hollywood* na organização da ginástica dentro dos estúdios. Em seus relatos, ele não deixa transparecer qual pedagogia ou escola ginástica⁷⁵ segue, ou se inspira, para a sistematização de seus métodos e técnicas, mas deixa claro que a ginástica poderia ser realizada em qualquer lugar, principalmente em casa, onde o próprio corpo seria o aparelho para seu aperfeiçoamento.

Fernando de AZEVEDO relata, nesse momento um método que se parece muito com os propostos por *Kline*. Segundo AZEVEDO, a ginástica de *J. P. Müller*, também denominada “*ginásticas de quarto*”, vai tratar dos membros superiores e inferiores não empregando aparelho algum para a realização dos movimentos. *Müller* vai copiar alguns exercícios de

⁷⁴ Cinearte, dezembro de 1940.

⁷⁵ Os métodos francês, sueco e alemão foram escolas importantes para a sistematização do campo da ginástica. Ver mais em SOARES (1994).

*Ling*⁷⁶, combinando outros, formando um método eclético, mas vai pensar seu método de quarto, sobretudo, a partir da ginástica sueca. Segundo *Müller*, o melhor aparelho de ginástica é o próprio corpo humano. As ginásticas de quarto tinham qualidade de serem atraentes, úteis e acessíveis a todos, sendo exercícios simples que poderiam ser executados em até 15 minutos, não deixando de lado nem a racionalidade, nem a cientificidade que também regia tal método. Seus exercícios dariam harmonia e plasticidade sem chegar ao excesso de volume muscular e deveriam ser realizados cotidianamente, para “adaptar a máquina humana e todos seus atos e necessidades da vida vegetativa e relacional que produzem nossa existência”.⁷⁷

As series de exercícios de *Kline* se aproximam muito do que *Müller* propõe enquanto ginástica de quarto. *Kline*, assim como *Müller*, cria um sistema de cultura física com séries de exercícios com finalidades específicas: exercícios para reduzir as cadeiras salientes femininas nos músculos dos quadris, onde, segundo ele, o salto alto faz com que as gorduras sejam mais depositadas. Exercícios para as pessoas que passam o dia inteiro assentadas, trabalhando ou estudando na máquina, exercícios para estômagos e pernas moles, exercícios para serem feitos na cama enquanto o sono não vem. Os especialistas em cultura física deveriam promover o bem estar aos astros para o trabalho. Para isso, contavam com amplos espaços especialmente construídos para práticas como a ginástica.

⁷⁶ Segundo SOARES (1994), *Pehr Henrik Ling* sistematiza o Método Sueco no início do século XIX. Sua finalidade era extirpar os vícios da sociedade, entre eles o alcoolismo, criando indivíduos fortes e saudáveis porque ocupados como uma saúde física e moral. Segundo a autora ele penetrou em território norte-americano, assim como no Brasil. Era um método impregnado de nacionalismo e que dividia a ginástica em quatro partes: a ginástica pedagógica ou educativa, ginástica militar, ginástica médica e ortopédica, ginástica estética. Este método terá grande penetração a partir dos discursos das elites intelectuais no Brasil. Ver também MORENO (2001).

⁷⁷ Fernando de Azevedo, ao apresentar a Ginástica de *J. P. Müller* faz relação com o *Sistema Sandowino*, sendo essas, escolas que se digladiavam. O método de *Sandow*, realizado com pesos, halteres, cordões elásticos, tendo sempre uma resistência a vencer, obrigava a um trabalho muscular progressivamente aumentado, gerando, segundo o autor, um esforço demasiado e um excesso muscular. Fernando de Azevedo deixa clara sua preferência pelo método de *Müller*, pois traz consigo uma maior harmonia corporal, não gerando uma atlética em excesso.

Para que pudesse ser trabalhado em sua integralidade, o corpo precisava ser segmentado: estômago, pernas, “cadeiras”, quadris. A funcionalidade deve estar direcionada aos afazeres diários da sociedade de consumo. As atividades deveriam representar que os afazeres físicos poderiam condizer com as rotinas do trabalho e que essas justificariam o fazer das práticas corporais diárias. As séries de atividades representam uma forma de fácil consumo dessas práticas, que aliavam a praticidade do lar com o desejo corporal da imagem da(o) *star* estampado ao lado da reportagem. (Imagem 25, 28, e 29)

Ele tem como grande aliado o reduto do lar e seus aparatos, o fenômeno da intimidade pública⁷⁸, as necessidades constantes de uma vida mais moderna, agitada, cuja relação dos espaços públicos e privados podem-se confundir em tais práticas e também serem resguardadas. Para que os resultados fossem efetivos era ao corpo encarregado o trabalho árduo para preceder sua futura aparição nos espaços públicos.

Todas as manhãs antes de levantar e todas as noites antes de deitar, a estrella (ou a leitora) no traje mais leve possível deve:

- 1) segurar firme com a mão direita a columna da cama ou qualquer barra fixa*
- 2) apoiar-se no pé direito e...*
- 3) sacudir a perna esquerda para frente e para trás deixando os quadris, joelhos e tornozelos bem descansados, fazendo o movimento com mais rythimo possível.*

Depois mudar a posição e fazer o mesmo com a perna direita. Não há cousa melhor para reduzir cadeiras largas e eliminar a gordura supérflua – diz Kline.

A experiência ensinará a pessoa quantas sacudidelas por dia são necessárias para cada caso. Se no dia seguinte a leitora sentir o corpo dolorido, é por que fez demais. Mas em qualquer caso, o numero deve aumentar de dia para dia.

Para quem fica muito sentado Kline recomenda:

- 1) sentar-se com a escápula firme contra o encosto da cadeira*
- 2) cruzar as mãos atrás da cadeira*
- 3) contrahir o estomago e...*
- 4) procurar juntar os cotovelos, atirando os hombros para traz, ao mesmo tempo, encolhendo o queixo e levantando o mais possível a parte de traz da cabeça.*

⁷⁸ A intimidade e as práticas corporais serão tratadas no próximo capítulo com mais densidade.

Descansar por completo durante um instante e repetir o processo.

Exercícios para estômagos e pernas moles:

Começa com o outro, isto é, com as costas firmes contra o encosto da cadeira e as mãos cruzadas atrás. Levantar depois a perna direita até o joelho, ficar na altura do peito – e atirar o pé pra frente. Deixar cair uma e descansar. Repetir depois o processo com o joelho esquerdo. Quando se sentir cansada, pare o exercício e descanse.

Exercícios para serem feitos na cama enquanto o sono não vem:

Primeiro você deita-se de costas, afasta as pernas e põe as mãos nos lados. Assim, todo o corpo fica em posição natural. Em seguida, verificar se todas as partes do corpo, dos pés à cabeça, para ver se não há alguma contração. Depois dessa inspecção cuidadosa para eliminar a tensão, você deve esticar uma perna, depois outra, o mais possível. Repetir com os braços, o pescoço e todo o corpo, distendendo os músculos – e dormir.⁷⁹

O especialista em cultura física ainda nos diz que um dos seus maiores desafios foi ensinar aos astros e estrelas o descanso. Relaxar os músculos, segundo ele, é o que a moderna civilização mais precisa, além disso, diz que para emagrecer é necessário dormir somente sete horas por dia ou menos; e que para engordar, dormir nove ou dez horas.

Elle diz que o descanso bem feito traz oxygenio fresco ao sangue – e por isso aconselha que seus alumnos, parem seguidamente, afim e respirarem forte até encherem o peito e depois expelir o ar de uma vez só, como se fossem apagar uma vela. Isso repetido varias vezes normaliza o pulso do coração. Indivíduos que estão sob tensão nervosa cream gaz carbônico mais rapidamente no organismo – e algumas respirações profundas expulsarão e renovarão o oxygenio no sangue. E também ficam descansados.⁸⁰

Dick Kline é contra os exercícios fatigantes para reforçar a saúde das estrelas. Ele ressalta o impasse entre os exercícios ginásticos e os esportivos, ambos em alta em *Hollywood* e que naquele momento, dispunham de grandes espaços específicos também dentro dos estúdios. Quadras de tênis, pistas de atletismo particulares, ginásios, são algumas instalações

⁷⁹ Cinearte, dezembro de 1940.

⁸⁰ Idem *op. cit.*

oferecidas não somente para manutenção da saúde e do lazer, mas também para a manutenção financeira do estúdio através dos cuidados com o corpo físico.

Os cuidados corporais deveriam ser incentivados através de espaços específicos para as práticas e, principalmente, para a certeza da manutenção dos lucros. O conhecimento do corpo biológico pelos especialistas era fundamental para se concretizar a materialização das práticas na exterioridade do corpo, garantindo a beleza.

O corpo biológico deveria ser o aparato para todas as práticas, por isso estaria sempre preparado para as rotinas cotidianas, internamente e externamente. Externamente para sua aparição pública, internamente para suportar a carga de trabalho, aparentando total naturalidade. As práticas corporais deveriam ser dissimuladas cotidianamente. Quanto mais natural o corpo parecesse, melhores eram os resultados dos investimentos sobre ele. A idéia da naturalidade na beleza está em parecer que não houve investimentos sobre o corpo. O parecer natural deveria estar ligado à idéia de beleza nata, contrária à construção da beleza que estaria ligada à arte de aperfeiçoar o corpo, possibilidades de reformar o que era inato ao corpo biológico.

A ginástica dividia com o esporte uma forma nobre e virtuosa de ser. As imagens das revistas vieram para reafirmar e enobrecer ainda mais as práticas já existentes entre as elites. Elas vieram para influenciar no vestimento, no despimento desse corpo e também indicar quão lucrativas poderiam ser⁸¹.

A publicidade do momento divulga os modos e comportamentos das elites para instigarem o desejo das massas. As revistas de *fans* como eram chamadas, exploram pela

⁸¹ Para esta pesquisa foram coletadas aproximadamente 1.200 imagens em ambos os periódicos relacionados às práticas corporais. Isso nos mostra o quão importante e influente elas eram no cotidiano da vida moderna no Brasil estando vinculados aos mais diversos discursos sobre o corpo.

publicidade todas as inserções do artista na sociedade. Inserções de virtude, nunca de vícios⁸². Não há pessoas ou reportagens tristes. É o momento em que mocinho e bandido se igualam em seu papel na vida real. O bandido do filme é rapidamente deslocado de seu papel marginal para protagonista da vida real. Para as revistas, a vida real é sempre muito mais interessante que o trabalho artístico. Fofocas elegantes, descobertas exclusivas, imagens da intimidade, do lar, das férias, do fim de semana.

Tudo tratado com extrema naturalidade, tais quais seus sorrisos e seus corpos se compadeciam ao sol e à vida ao ar livre. Assim, reafirmavam para o público nacional a necessidade de um comportamento, um modo de vida que conduzisse o corpo à plenitude de uma beleza eugênica. Uma acessibilidade que disseminava o que culturalmente acontecia fora do país difundindo novos valores, midiáticos e comportamentais. Como se a vida artística pudesse ser tão acessível quanto utópico era o sonho da conquista material e comportamental daqueles valores. Uma tentativa de popularizar elitizando, reafirmando o imperativo individual do “ter” para ser possível “ser”.

A virtuosidade do homem em movimento era constantemente premiada: o mocinho precisava manter seu papel de ídolo da virtude; o que nadava, corria, cavalgava, fazia ginástica e posava com seus novos trajes renovados a cada seis meses. Essas práticas, constantemente relacionadas às formas nobres de se viver numa *Hollywood Sportiva*, fazem pessoas normais tornarem-se geniais. Bastava que seus modos de vida fossem condizentes ao conjunto de afazeres que socialmente representavam como um astro ou estrela deveriam ser. Da hípica aos banhos de mar, bastava um belo sorriso para poder impressionar.

⁸² Ver mais sobre em GOELLNER (2003) quando trata a idéia da beleza e do movimento como virtudes.

O discurso da saúde aliada à beleza é outra forma hegemônica de olhar o corpo nas imagens. A saúde nunca poderia viver sem os conceitos de beleza. Combater a fadiga e estar em boas condições físicas é fundamental. Exercícios rápidos e enérgicos, mas não muito fatigantes fazem com que beleza e saúde possam conviver harmoniosamente.

A saúde é qualidade fundamental para a construção da beleza, estando normalmente aliada aos conselhos para manter o *bem estar physico e mental*⁸³.

A boa conduta, a diversão na hora certa de forma virtuosa e quase sempre ao ar livre, com jogos e *sports*, conferem ao corpo bem estar, além de uma vida normal para estrelas, acostumadas às vidas noturnas constantes e noites em claro. Um grupo de médicos de *Hollywood* elegia todo ano a *pequena* mais saudável do cinema. Ela deveria ter em seu hábito uma dieta que cuidasse da aparência física, sem perder a saúde, descanso para combater a fadiga do dia-a-dia, garantindo-lhe reservas de energia, abominar a vida noturna e foliona, pois o sono é um dos grandes aliados do *maquillage* no dia seguinte. Dessa forma, ela não precisaria esconder as marcas de uma vida irregular estampada no rosto.

“A belleza é um grande factor e o talento o maior delles. Mas talvez não o mais importante, que é a saúde. Sem ella, nem belleza, nem talento podem realizar uma carreira perfeita. Todos os artificios das pinturas, todos os segredos dos especialistas no make-up não podem salvar a pequena que esquece este regulamento: sem saúde não pode existir belleza verdadeiro. Ella não pode ficar em casa em descanso, numa época em que sua presença é necessária no studio, mas se mantendo em boas condições physicas, póde enfrentar e vencer esses momentos de trabalho difficil. É importante para cada pequena saber como combater a fadiga, como evitar seus effeitos dessastrosos no corpo e no cérebro. Acostume-se a um plano regular de horas de sonno. Algumas noites para por o sonno em dia, não compensam a longa série de noites em claro. Descanço integral, relaxamento completo dos músculos, é necessário. Quatorze horas de sonno agitado são menos benéficas do que oito horas de completo repouso. Exercícios rápidos e enérgicos, mas não muito fatigantes, canto e dança ajudam a obter um sono descansado e proveitoso. Se você se cansa rapidamente, porque não procura variar a rotina das refeições. Envez de três refeições grandes por dia, tente cinco,

⁸³ Cinearte, 03 de março de 1941.

*mas feitas de um só prato leve[...]Mesmo seguindo as dietas especiais para emagrecer, ou apenas manter as linhas esguias, as estrelas tem o cuidado de verificar que as dietas visem, antes de tudo a boa saúde. Muitas vezes ellas já viram as trágicas conseqüências de uma negligência. Uma artista de cinema usa sua aparência physica como instrumento de expressão artística. Se elle foi intelligente e quizer conquistar o sucesso, cuidará do physico tão carinhosamente quanto o violinista de seu violino. Mais carinhosamente, pois o violinista pode comprar um novo instrumento, mas a saúde, uma vez perdida, é difficil de recuperar”*⁸⁴

A saúde, sempre aliada aos discursos da ginástica, do esporte, das formas de comer, de se vestir, define os *typos* de beleza, as qualidades para ser estrela, e as formas de combater os incômodos da obesidade. Garantir a beleza é sinônimo de saúde desde que os métodos e as fórmulas que compunham listas infindáveis de conselhos fossem fielmente cumpridos.

A educação para a beleza precisa de cuidados, de zelos, de permanências de práticas estéticas, tanto para divulgar o modelo *Hollywoodiano* no Brasil, quanto para a necessidade dos leitores em formar novos hábitos através do consumo de textos e imagens que instigam às subjetividades do outro para si mesmo, dando abrigo à aparência como parte mais pública. As práticas, materializadas no corpo, deveriam ser julgadas, comparadas e retratadas através do olhar do leitor.

A fotografia realça tanto o conselho quanto a idéia do hábito a ser formado. Seus corpos devem ser construídos sob a máxima da aparência externa, pública. Expor o corpo deve representar muito mais que um trabalho para as atrizes em direção aos leitores, expô-lo é também marcar o tempo do gesto, do movimento, da roupa que deve ser vestida.

⁸⁴ Cinearte, 03 de março de 1941.

Subjetividades que ao serem entendidas através das imagens formam corpos belos, alvos, fortes e, sobretudo em movimento.⁸⁵

A idéia de civilidade também ganha forma com a exposição do corpo⁸⁶. O corpo deve ser amparado por práticas rotineiras, deve, assim, reafirmar-se diariamente ao acordar, ao sair de casa, ao se vestir, ao dormir. Práticas que além de informar, ensinam e educam uma aparência que agora deve ser exposta, mas que não pode ser exposta de qualquer maneira, mas com o dever de revelar o que foi absorvido, aprendido pela apreciação do corpo e dos hábitos que cercam os modos de vida de *Hollywood*.

A aparência é a parte mais pública da pessoa, o que torna a relação observado/observador ponto de partida para sua mostra pública, seu deleite, seu descarne. A roupa certa deve vestir corpo certo, o corpo pode ser despido da roupa, desde que vestido do movimento na piscina, na quadra no ginásio.

Parecer belo é mais importante do que, propriamente, ser belo, simétrico, jovem, falado, olhado, desde que a beleza crie relações com a beleza no olhar do outro. *Hollywood* constrói seus corpos por partes que devem revelar simetria e harmonia. As cenas em *close* das pernas, pés, mãos, se unem a um rosto que corresponde aos anseios estéticos do mesmo. Despem-se as partes que esteticamente não são convenientes que sejam vistas. Segrega-se o corpo para um espectador que certamente comprará a imagem montada como um quebra cabeça, pois essa se adequa aos anseios da beleza a ser divulgada. Essas belezas são partes

⁸⁵ A idéia do corpo em movimento tratado juntamente com as questões da beleza é analisada também por GOELLNER (2003) quando estuda as imagens femininas da *Revista Educação Physica*, periódico do mesmo momento histórico diz que, para ser bela há de abandonar velhos hábitos, pois beleza exige movimento. Mulheres e homens, apesar de compreenderem a beleza a partir de um ideal de perfeição intangível, para a grande maioria das leitoras, não deixam de exibi-la como uma conquista possível de ser alcançada por cada uma delas, desde que se submetam a diferentes orientações, disciplinas e cuidados.

⁸⁶ SANT'ANNA (2001) diz que à medida que o corpo ganha direito de exposição ele também conquista o dever de ser civilizado e fotogênico.

fundamentais para a construção das políticas de estrelismo. As práticas corporais nas revistas têm um fim maior: beleza é conquistada, requer cuidado, zelo, obstinação individual.

A BELLEZA EM CINEMA

A palavra beleza em relação ao cinema adquiriu desde muito uma significação particular, universalmente consagrada.[...] a palavra belleza é sinônimo de glamour, quer dizer, equivale a esse algo misterioso, excitante e imensamente poderoso que faz pulsar os corações e faz funcionar a imaginação – com o contorno de um rosto, com um traço de uma sombrancelha, com um brilho do olhar ou de uma jóia, com a modelo de uma “toilette”, com a provocação de uma pose que é e não parece ser intencional.

[...] com o aparecimento do cinema e a adopção da câmara, a criação synthetica de belleza se tornou material de vital importância e pratica commum, com regras e razoes e conclusões baseadas sobre cálculos e experiências de exactidão e seriedade scientificas.

[...] Basta vermos o tempo gasto e o batalhão de thecnicos e empregados na fabricação de uma estrella.[...] Assim sendo, como saber quando a belleza no cinema é graça natural e dom de seducção; quando é criação exótica, obra synthética, artificialmente exigida e elaborada? A resposta supomos, esta no facto simples de que a belleza cinematigraphica é uma arte e que, conforme todo produto artístico, sua função é aperfeiçoar a natureza de tal maneira, que faça sobresahir os atractivos naturaes das estrellas, por um sábio tratamento. De que os mágicos modernos de Hollywood conseguiram isto com successo, não há duvida nenhuma.[...] A influencia dos films e dos typos femininos sobre as elegantes de hoje que, com a observação das estrella estão aptas a reconhecer o valor do tratamento individual do contorno no sentido de adquirir ou ressaltar esta belleza. De adquirirem o typo fílmico das estrellas[...]⁸⁷

É necessária uma educação para aperfeiçoar a natureza do corpo. A natureza corporal deve ser produzida, pois a beleza que está sempre localizada no corpo biológico precisa ser tratada para que a beleza produzida pareça natural. Quanto mais próximo o corpo produzido se pareça com o corpo natural, melhor a idéia de encarar o cinema e todo seu aparato enquanto arte, suporte que autoriza e legitima qual corpo deve ser construído naturalmente. É preciso esconder o feio, realçar o belo, pulverizar o espaço corporal em pequenas artificialidades na tentativa de se parecer natural.

⁸⁷ Cinearte julho de 1939.

A beleza deve começar pelo rosto, ou melhor, pelos olhos. “Os olhos podem ser o espelho da alma, mas as pequenas de *Hollywood* devem todas concordar que eles são infalíveis *reflectores* das condições *physicas geraes*... Qualquer espécie de esforço fora do comum, rouba aos olhos a sua natural beleza”⁸⁸. A tentativa de um corpo belo começa para o feminino pelo rosto. “[...] *Uma estrella de Hollywood tem que cuidar de sua beleza. É seu negócio, sua profissão, um rosto bonito e uma apparencia perfeita. [...]*”⁸⁹ Dar ao corpo uma boa aparência é dar ao rosto ar de limpeza sem pigmentos, cravos ou espinhas. A integridade da pele é também a integridade do porte físico. O bom porte físico depende, antes de tudo, da normalidade corporal que, primeiramente, atinge o rosto e depois se estende para todo corpo.

As fórmulas corporais de passo-a-passo das maquilagens tratam como fundamental a beleza *da cutis* não apenas para obter o porte físico perfeito, mas para alçar as qualidades que a estrela possuía. A propaganda das “Drágeas NEUNZEHEN dizem: *DÊ AO SEU ROSTO UMA BÔA APPARENCIA*

*Uma pelle cheia de pigmentação, cravos, espinhas e etc... e um ventre desmesuradamente volumoso: eis pois os fantasmas que atormentam as mulheres jovens que soffrem prisão de ventre. A integridade da pelle e do porte physico depende intimamente da normalidade das funções endócrinas do organismo.*⁹⁰

O rosto deve refletir corpos fortes, simétricos, corpos para serem fotografados, corpos para serem divulgados como reais. A beleza do rosto deve condizer com o corpo a ser disseminado.

O movimento realça o que é belo no despimento desses corpos. A beleza deve conter um caráter moral e uma certeza que afirma e determina que gestos e técnicas devam ser

⁸⁸ Cinearte, Julho 1934.

⁸⁹ Cinearte março de 1937.

⁹⁰ Cinearte, agosto de 1936.

afazeres diários. Movimentar-se não pode e nem deve ser algo efêmero, o movimento deve ser reproduzido diariamente, treinando o corpo biológico, educando o hábito, internalizando os gestos e as séries que deveriam ser repetidas.

O movimento corporal ou a busca dele através das imagens esportivas e ginásticas nos mostra uma busca da beleza que acompanha as formas estéticas a serem vistas posteriormente. Ver as revistas era antever os corpos do cinema, preparar-se para o impacto que teriam os corpos refletidos na tela escura. Imagens fotográficas, estáticas, reprimidas pela tentativa do movimento, porém esse movimento é inconcluso, tampouco sai da pose. As fotografias estão estampadas com corpos *Hollywoodianos* belos e estanques que parecem almejar movimento. A fotografia, ao mesmo tempo em que deseja a pose, deseja também o movimento.

*“O procedimento técnico levava a modelo a viver não o sabor do instante, mas dentro dele, durante a longa duração da pose, elas por assim dizer, cresciam dentro da imagem, diferentemente do instantâneo, corresponde aquele mundo transformado no qual, como observou com razão Krakauer, a questão de saber “se um esportista ficará tão célebre que os fotógrafos de revistas ilustradas queiram retratá-lo” vai ser decidida na mesma fração de segundo em que a foto está sendo tirada”*⁹¹

O corpo belo sorri, faz pose, mostra comportamento, o que vestir, como pentear, o que fazer nas horas de lazer, como se movimentar fisicamente. Na tentativa de ser cultuado acha palco para além das telas do cinema. O cheiro do passado nas fotografias do cinema do século XX nos dá indício que já havia um corpo prenunciado, que o corpo esportivo, atlético e belo de hoje, é o sonhado corpo de ontem.

A sedução cinematográfica está, sobretudo, no corpo que é despido e vestido de panos, palavras, sons e gestos. Ele também se veste da sedução e sensualidade. Seduz, pois utiliza a

⁹¹ BENJAMIN (1994), pág. 96.

beleza para tal. Seduz, pois se sente passível de ser consumido pelo olhar alheio, seduz, por que trata do seu próprio corpo real, reconstruído pela materialidade do cinema.

Anterior a fabricação da beleza têm-se a fabricação do desejo. A beleza surge nas revistas de uma sedução intencional. Quem não almejaria as roupas, os sapatos, o branco dos dentes, as férias da estrela ou do astro que surge? São corpos que suportam uma carga de práticas além da cinematográfica. São corpos suportes de beleza, virtudes, força e perfeição. Nascidos e construídos para serem perfeitos e eternos na temporalidade do olhar do leitor do seu tempo.

A beleza torna-se objeto de eleição, e, uma das formas corporais eleitas são os corpos dotados fisicamente. Esses corpos construídos por figurinistas, cenários e artefatos compõem belezas que internalizamos. Sugerimos através da nossa educação visual uma beleza aperfeiçoada, construída com auxílio da evolução da fotografia e do cinema. As imagens refletem o que deveria ser entendido como correto ao tratar dos modos e comportamentos: a educação deve parecer algo natural. O que se vê além das aparências brancas, alvas, retilíneas e corretas é sua sedução para o belo.

SEGREDOS DE BELLEZA

Não nascemos bonitas... tornamo-nos. As mulheres que nascem bonitas são muito raras, mas não tem privilegio nenhum.

[...] Ao contrario, existem mulheres que dotadas de um physico banal, sabem tirar intelligentemente partido desse physico, creando uma belleza cuidadosa, sabia e durável.[...] Milhares de cuidados, milhares de fadigas não as distrahiram na luta pela belleza. Essa belleza que é como o dinheiro: não sabemos guardar se não nos custou a ganhá-lo.[...] A tela cinematographica é nosso espelho. A tela obriga-nos a corrigir os nossos defeitos. É ella também que nos permite descobri-los. É uma espécie de espelho ampliado, onde nos é possível julgar, verdadeiramente, objectivamente, o que é difficil num simples espelho⁹².

⁹² Cinearte, dezembro de 1938.

As imagens são construídas para serem modelos. Nos discursos das revistas há um confronto entre o que deve ser natural ou produzido. O modelo pode ser mais ou menos atraente de acordo com suas virtudes. O modelo perde o contexto para ser o local, o espaço, a materialidade onde se constrói o que é desejado; beleza e saúde são tratadas como bens duráveis, desde que devidamente cuidadas.

O espelho cinematográfico é impositivo ao tratar da beleza enquanto objeto da magreza, mesmo que essa não seja constantemente citada. O corpo obeso aparece, pois passa a ser um constrangimento e uma afoita às belezas tão duramente construídas pelas práticas corporais. A graciosidade feminina não permite um corpo avantajado, isso compromete a feminilidade. O corpo deve ser compatível com os novos espaços que serão ocupados, *os bondes, os trens, os elevadores...* Preocupar-se-ão com os olhares de onde e como serão vistos, refletindo os esforços das práticas corporais que os compuseram. Mas existem contradições quando olhamos para as reportagens. Os anúncios, em sua maioria reafirmam os discursos das imagens e textos escritos nas reportagens, idealizando a facilidade dos cuidados corporais. Porém, o prazer que deve estar estampado nos afazeres diários nem sempre condizem com as insistentes afirmações dos cuidados necessários com o corpo.

OS INCOMMODOS DA OBESIDADE

As senhoras excessivamente gordas são em geral, vítimas de sérios contratempos, dissabores e até mesmo moléstias oriundas dos transtornos que os tecidos gordurosos causam no organismo. Nos bondes, nos trens, nos elevadores, etc... a corpulência avantajada de uma senhora, pode provocar, dos circunstantes incommodados, olhares indiscretos, sorrisos sarcásticos, ou até mesmo phrases picantes e ares imperinentes.

Urge, portanto, que as senhoras obesas, combatam essa fonte de freqüentes contrariedades por meio de LEALOGIN [...] LEANOGIN, por ser uma medicina de resultados permanentes, não póde ser confundida com as suas similares, nem póde ser substituída por diétas martyrisantes, ou gymnasticas incommodas, pois esses processos, bem como remédios

*inadequados, quando não são innocuos ou prejudiciais ao organismo, apresentam resultados ephemeros. LEANOGIN reajusta as funções glandulares endócrinas e os phenomenos do metabolismo orgânico, eliminando assim gorduras supérfluas e dando ao corpo, de maneira permanente, harmonia, esbeltez e porte grácil*⁹³.

LEANOGIN é um remédio cuja propaganda combate a obesidade, mas que, antes de tudo quer tratar das causas femininas, servindo não apenas para o emagrecimento, mas também para reafirmar a beleza através da magreza e combater a ginástica incômoda. A ginástica vendida pelas estrelas é prazerosa, já a ginástica dos anúncios são dolorosas e cansativas para a vida moderna. *LEANOGIN* seria, certamente, a opção mais fácil e rápida para a mulher moderna.

Os remédios, assim como a dieta, a ginástica e o esporte deveriam ser consensuais quanto ao prazer no tratamento dos cuidados com o corpo. O prazer estava implícito no sorriso, na alegria, nas falas e também nas propagandas veiculadas referendando e vendendo os hábitos que deveriam ser desejados pelo leitor. O controle corporal através de suas práticas significa também uma perda de autonomia social sobre esse mesmo corpo que precisa ser educado para ser estrela. E a perda de autonomia social só se dá através do controle da autonomia individual.

O corpo precisa ser controlado e treinado individualmente para ser consumido publicamente. As revistas de cinema e suas fotografias têm como referência nossa realidade que traveste os modos, do sujo ao limpo, da feiúra à beleza. Por isso, ler as aparições do corpo e de certas práticas no cinema é remetê-las ao passado ou a contemporaneidade, conforme o tempo olhado, visto e desejado.

⁹³ Cinearte, setembro de 1935.

Esses corpos foram construídos para serem fotografados em movimento. O movimento esportivo não foi difundido apenas por sua beleza urbana, por sua visibilidade corporal, mas pela beleza que potencialmente atingiria o corpo.

Intencionalmente, *Hollywood* nos fala de suas novas estrelas através de seus corpos, de suas práticas de embelezamento de rosto e corpo, quais produtos utilizam e, sobretudo, que esportes praticam. As qualidades femininas e masculinas deveriam estar ligadas às qualidades para serem estrelas.

Utiliza-se da educação do corpo, da domesticação das práticas esportivas para mostrar que o corpo belo é também fruto de trabalho interior. Num universo onde a beleza exterior é cotada em dólares, os sentidos interiores também precisam de palco. A *star* precisa estar sempre feliz, pois sua capacidade de mobilização de público para um filme depende de como sua vida íntima é explorada.⁹⁴ Assim como os modos, o esporte e a ginástica também são tratados na intimidade do lar e na exterioridade dos corpos reproduzidos para espaços extra-filmes.

Assim como cinema é a arte do movimento, as revistas carregam corpos virtuosos e morais, pois sempre tem o movimento como hábito. O movimento na sociedade moderna significava progresso, produção, introjeção dos arquétipos corporais. O culto ao movimento é também uma forma de viver, um hábito e um costume do início do século XX que permanece. Num espaço onde os bons modos sugerem seu valor moral, as práticas corporais também o fazem pelo movimento. Suas atrizes fazem questão de mostrar novas sessões de ginástica, novos acessórios esportivos, novos passos de dança, a nova raquete de tênis, enfim, um

⁹⁴ O livro *Poeira de Estrelas*, MENEGUELLO (1996), trata com mais amplitude a questão do *star-system* norte-americano, já supracitada na Primeira Centelha.

parecer em movimento sempre colado à beleza. Os corpos suportes sustentam a esportivização, precisam de esforços para serem belos. Os locais esportivos construídos remetem sempre à idéia de liberdade, prazer e alegria em relação ao esforço praticado.

Hollywood estava acessível devido à falsa aparência da proximidade de tudo que poderia ser utilizado através da reconstituição de seus espaços e práticas. É uma falsa proximidade da identidade corporal onde, tudo é construído para que naturalmente pareçam reais. A imagem do corpo ideal vem sempre a reboque do discurso esportivo.

Hollywood Sportiva, Fazendo gymanastica; As estrellas e os sports; Ellas e os sports; Sport e cinema; O sport e a beleza, Aula de gymnastica, são colunas ilustradas que circulavam em *Scena Muda* e *Cinearte*, constantemente. O corpo esportivo virou conceito corporal a ser internalizado pela população moderna, que queria consumir os hábitos urbanos. As pedagogias estelares ditaram um modo de existir feminino e masculino. O corpo masculino é reprimido pela roupa em relação ao corpo liberto feminino. O corpo masculino se despe quando aliado à virilidade corporal, à virtudes esportivas. Normalmente vestidos de terno e gravata e num sorriso arrebatador, o corpo masculino se despe apenas quando o corpo atlético precisa surgir. Só o corpo esportivo pode libertar a vestimenta da roupa fazendo surgir a vestimenta da força.

Um anúncio: o local de todas as práticas é no corpo, assim como precisam ser suas atenções e seus desejos. O despimento, além de propiciar beleza, movimento e liberdade torna-se dual, também reprime. Só é possível despir-se possuindo um corpo sem excessos, com trajes corretos e em locais apropriados. Esse mesmo despimento falseia a liberdade

corporal, pois enquanto o reprime, liberta-o para além das amarras do corpo biológico. Para ser controlado, precisa também ser vigiado individualmente e coletivamente.

O corpo feminino, à revelia do masculino, está sempre despido, estático e em movimento. Seu prazer é diferente, assim como sua virtude. Precisa parecer belo, enquanto o masculino, viril e forte. Ambos carregam sentidos diferenciados, expõem-se como diferentes para terem o privilégio de conviverem em harmonia. Quanto mais diferenciados se expõem, mais femininos e masculinos se tornam.

Dos corpos suportes, o esportivo executa papel primordial na disseminação de uma cultura de movimento que nos indica como o que é educável é visto como natural, e como se naturalizam as educações de formas diferenciadas nos conceitos de beleza divulgados pelas revistas.

As imagens de uma “*Hollywood Sportiva*”⁹⁵ diz da apropriação do esporte pelo cinema ou por seus produtos, no caso das revistas. Partindo da concepção da Teoria Crítica, BRACHT trata da crítica ao esporte⁹⁶ como forma de racionalidade técnica, uma vez que há uma racionalização do mundo esportivo para o mundo do trabalho e também um sistema de repressão, dominação e manipulação a partir da falsa idéia do ganho da felicidade e do prazer através do consumo. É pensando nessas idéias que entendo as revistas como objetos dessa racionalidade técnica. As revistas vendiam ao público de massa como se praticar, o que praticar e até no caso da ginástica o número de exercícios a serem realizados e as partes do corpo utilizadas. Para tanto, esse corpo precisaria alcançar metas como medidas corporais corretas para quem desejasse se casar, encontrar um marido ou esposa e também, para alçar

⁹⁵ Nome de uma das sessões da Revista Cena Muda.

⁹⁶ SALAMUN apud BRACHT (2005), pág. 28, estabelece, sumariamente, as teses da Escola de Frankfurt que transparecem na crítica ao esporte.

uma carreira artística nacional de sucesso. O prazer estaria assim, vinculado à mercadoria, que seria então, o próprio corpo.

ELLES SÃO DO SPORT

“Hollywood nada faz pela metade. Vejam o caso dos sports, por exemplo. Entreguem uma raquette de tennis, um bastão de pólo ou uma bola e golf aos artistas de cinema e dentro de pouco tempo elles se mostrarão peritos nesses sports. Não se trata de simples publicidade afim e glorificar os nativos da Cinelândia. A vida ao ar livre é realmente apreciada, e com o esplendido clima da Califórnia, os astros e as estrellas entregam-se ao sport com verdadeiro prazer. Em Hollywood encontramos artistas que jogam pólo sem cair do cavalo, que passam horas nos córtes de tennis, e que batem “records” nos campos de golf. Gary Cooper, naturalmente, tinha que pertencer ao grupo dos cavalheiros peritos da Cinelandia. Creado num rancho do sertão, elle aprendeu a domar cavallos selvagens desde rapaz. Em Hollywood, Gary esqueceu dos “rodeos”, mas continuou habil na equitação, dedicando-se ao pólo. George Raft não gosta que seus amigos recordem o “sport” que era sua antiga predileção: “o Box”. Raft foi pugilista, mas depois que adquiriu a fama cinematográfica trocou a arte dos murros pela arte dramática. Suas actividades sportivas, nesse momento comprehendem o golf, o tennis e o pólo. John Howard pelo cinema, sugere a idea de um typo intellectual. Na verdade, o interprete da serie “Bulldog Drummond”, é actor que veio de theatro, que prefere uma boa leitura a uma festa. Mas o sport não é desprezado. Tendo pilotado aparelhos numa linha área commercial, Howard continuou entusista da aviação. Joel McCrea confessa que é do typo fazendeiro. Depois de seu trabalho no cinema, o astro de “Union Pacific” concentra todo seu interesse num rancho para criação de cavallos. Entretanto, antes de obter o successo no cinema, Joel McCrea foi guarda-salva-vidas numa praia na Califórnia. Lloyd Nolan confessa que não é o typo sportivo, mas não despreza o tennis e o golf. Em Palm Springs tem outro sport predilecto: o cyclismo. Em Hollywood, quase todo mundo joga o golf. Mas o campeão é sem dúvida Bing Crosby. Há pouco tempo, o astro de “Paris Honeymoon” ganhou o campeonato de Lakeside. A sua calma durante a competição é extraordinária. Bing é também um grane “turfista” e os animaes de sua coudelaria são quase sempre vencedores no Prado de Santa Anita. Bing preside o Turf Club em Dell Mar e possui um rancho para criação de cavallos de raça. Ray Milland é o único actor de Hollywood que participou do Grand National Steeplechase em Aintree na Inglaterra, uma das corridas mais perigosas do mundo. Milland pertenceu a cavalaria no corpo de guarda de Buckingham. E sua perícia na equitação não encontra igual na Cinelandia. A equitação tem ainda como adeptos: Randolph Scott, hábil no pólo, William Boy, o interprete das aventuras de “Hopalong Cassidy” Buck Jones, James Ellison, e Leif Erickson. Jimmy Ellison é também excelente em natação. Nesse sport, não podemos esquecer Buster Crabbe, que já foi Campeão Olympico, Dom Ameche, Leif Erickson e Anthony Quinn. Fred Mc Murray tem pelo tennis grande admiração. E depois de varias partidas, nada melhor que um mergulho na piscina. Francis Lederer, é positivamente um typo intellectual. O único sport que consegue tentar o interprete de “Midnight” é o tennis. Tito Guisard é outro “fan” dos córtes de tennis. Devido ao defeito que tem na perna, reminiscência da grande guerra, Hebert Marshall não pode se dedicar aos sports. É, contudo um grande apreciador, e nas horas de folga dedica-se ao “yachting”. Dois

*outros fans dos “yachts” e passeios marítimos: John Barrymore e Henry Willcoxon. Barrymore pratica outro sport para manter a linha: esgrima. Robert Preston, novo galã que veremos em “Disabered”, é também adepto da esgrima. No golf, temos ainda Harold Lloyd, o director Frank Lloyd, Charles Rugles. No remo: Anthony Quinn, Robert Cummings, Joel Mc Crea, Jimmy Ellison e Ray Milland. Willian Wellman é um dos maiores entusiastas da aviação que já se viu em todo mundo. O director alias, especialista em films sobre esse gênero.”*⁹⁷

As práticas corporais e cinematográficas ajudaram reinventar o movimento humano quando dele se utilizaram para educar nosso olhar às novas sensações corporais. Cinema e *sport* estão localizados no espaço urbano. Transitam nos espaços de ocupação que ajudaram a tratar o urbano como moderno. É nesse espaço urbano que a circularidade da beleza esportiva e cinematográfica se populariza. Onde crescem novas possibilidades de divulgação esportiva⁹⁸, não apenas para formar um corpo saudável, forte e viril, mas primordialmente, um corpo belo que se divertia. É a beleza virtuosa que o esporte se apropria e veste o corpo biológico de força, robustez e vaidade. É a visão da perfeição física do corpo esportivo que atrai o cinema. A imagem revela que a perfeição pode ser eternizada pelo aparato da reprodução das imagens.

As imagens do passado que nos governam⁹⁹ são as mesmas que libertam o passado das imagens: disseminam as práticas corporais modernas e as salas de cinema. STEINER nos diz que as imagens do passado são anabólicas e catabólicas, pois a disciplina das massas passa

⁹⁷ Cinearte, janeiro 1939

⁹⁸ LUCENA (2003) relata que o uso do termo *sport* apareceu com grande força no meio jornalístico e literário através das crônicas esportivas nos fins do século XIX, afirmando-se no início do século XX como um tipo de divertimento específico. Segundo o autor, o cronista vai se ocupar da teia de inter-relações que marca a vida de contatos das cidades. As crônicas esportivas abriram espaço para o esporte nas primeiras décadas do século XX se tornando espaço de debate aberto sobre esse novo costume [...], págs.159-170. MELO (1999) desenvolve estudo sobre a imprensa esportiva no Brasil nos fins do século XIX, uma das primeiras iniciativas da utilização do esporte como forma de propaganda e publicidade diretamente ligadas a um mercado que começava a surgir em torno das práticas esportivas, págs. 98-107.

⁹⁹ STEINER, (1991) pág. 13.

necessariamente pela disciplina do corpo¹⁰⁰. Por isso, para libertá-lo é necessário discipliná-lo. O corpo, para estar em movimento, precisou internalizar regras e práticas. O esporte moderno responde à educação de uma beleza naturalizada e internalizada.

Dentro do espaço urbano, o cinema, como mais um equipamento de lazer, exige uma nova cultura física masculina e feminina, novas atividades e novas formas de apresentações corporais próprias à civilidade que se institui nas grandes cidades.¹⁰¹

Ler esse corpo fotográfico é ler seu tempo, suas necessidades. Através da tela gigante da contemporaneidade posso olhar as tensões dessa história reciclada, arranhada pelos fatos, textos, imagens. Mecanicamente, essas imagens se reduzem à reprodução momentânea do corpo. Socialmente, elas se desdobram e nos contam através de seus textos/imagens parte da história das permanências das educações do e no corpo.

“Vejo fotos por toda parte, como todo mundo hoje em dia; elas vêm do mundo para mim, sem que eu peça; não passam de imagens, seu modo de aparição é tudo-o-que-vier (ou tudo-o-que-for). Todavia, entre as que foram escolhidas, avaliadas, apreciadas, reunidas em álbuns ou revistas, e que assim passaram pelo filtro da cultura, eu constatava que algumas provocavam em mim pequenos júbilos...”¹⁰²

A beleza e a amplitude política e estética dos movimentos ginásticos e esportivos sempre perpassaram meus caminhos. Procurando-os no cinema, encontrei práticas atuais, discursos repetidos e reutilizados, movimentos exatamente iguais vestidos de passado, porém contemporâneos.

¹⁰⁰ SCHPUN (1999) pág. 12.

¹⁰¹ SCHPUN (1999) pág. 21

¹⁰² BARTHES (1984), pág. 31.

As revistas *Cinearte* e *Scena Muda* são ainda contemporâneas, tais quais suas idéias tangentes ao consumo do cinema e dos modos de comportamento. A beleza deve carregar uma série de significados que só serão perpetuados com marcas visíveis sobre o corpo, habitando o imaginário do leitor que, ao folhear as revistas, pode ver o que é permitido, se reconhecendo num imaginário coletivo. Imagens em corpos, corpos em imagens...

Terceira Centelha

A intimidade pública

“Dizer que algo participa da educação não é propor conteúdos, objetivo e delinear métodos. Dizer que algo participa da educação é mostrar que determinado entendimento, sentimento ou julgamento não é natural, ou seja, aprendemos a tê-los”¹⁰³

“É no seio do espaço privado que o indivíduo se prepara para afrontar o olhar dos outros; ali configura-se sua apresentação em função das imagens sociais do corpo.”¹⁰⁴

Os cuidados de si, o trato com as aparências, os conhecimentos sobre o corpo, são alguns dos usos das imagens a partir da intimidade dos artistas. Intimidade que deveria tomar lugar de visibilidade maior: o espaço público. Os discursos do cinema deveriam estar tanto no espaço público quanto no espaço privado. Suas influências, desejos e práticas deveriam ser copiados a partir do sentimento de identidade individual.¹⁰⁵ A vida pública do artista deveria conter obrigatoriamente uma intimidade pública. As práticas íntimas ocuparam os espaços do lar: a sala, a mesa de jantar, o banho. Exercitar-se na cadeira, tratando-a como um espaldar, as de formas comer, de tratar do corpo através das novas descobertas da indústria farmacêutica, de banhar-se na piscina, afirmam como, quando e quantas vezes devem ser executadas, sempre num espaço de encontro do corpo do astro/estrela consigo mesmo.

SENNETT ao tratar das questões da intimidade, fala que o ator no palco se torna o modelo daquilo que todas as outras pessoas aspiram em realizar na vida privada. O ator

¹⁰³ MIRANDA (2005), pág. 05.

¹⁰⁴ CORBIN (1991), pág. 446.

¹⁰⁵ CORBIN (1991), págs. 419-421, trata do sentimento de identidade individual a partir da acentuada vontade do homem do século XIX de se individualizar, partindo das normas sugeridas pelas classes dominantes. A individualização se propaga verticalmente, da aristocracia para o povo, da cidade para o campo. Segundo o autor, as hierarquias sociais favorecem escolhas que enfraquecem regras de transmissão familiar e virtudes hereditárias tornando-as arcaicas. O desejo da individualização está diretamente relacionado com a urbanização e todos os urgentes reclames das cidades.

trabalha com as emoções produzidas conscientemente e, sua personalidade deve estar sempre ligada às aparências.¹⁰⁶

Os suportes e aparatos do cotidiano mostram o quanto é possível fazer com que qualquer leitor tenha acesso e responsabilidade individual sobre todos os cuidados corporais, tornando-os diversão e também hábito. O íntimo¹⁰⁷ não significa apenas a casa, o lar. Significa que o corpo privado precisa ser resguardado por práticas que têm seu ponto de encontro no lar. A casa, espaço privado, deve ser objeto de investimento assim como o corpo¹⁰⁸; ambos com dupla responsabilidade: revelar o íntimo, resguardando-o.

Organizadas em séries, registradas em poses, construídas para formação do hábito; educados para se pintar, posar sobre a cama, a cadeira ou nos jardins da casa. Montados com formas organizadas de conter o espaço assim como o corpo que ele ocupa na imagem. Os usos dos espaços privados devem ter como local privilegiado uma intimidade produzida para ser exteriorizada pelas imagens. Eles devem condizer com os prazeres de um corpo feliz, assim como a necessidade de produção correspondente aos produtos do cinema para constituir uma procura por si mesmo do leitor. A intimidade do corpo serve de cenário para a imagem fotográfica. As práticas corporais são necessárias para deixar marcas visíveis não apenas nos corpos, mas também nos espaços onde são compostas, montadas e enquadradas pela câmera e, posteriormente, pelo olhar do leitor. Estas, afirmam que sua personalidade é pública devido a cuidados íntimos, nos quais a “vida orgânica e social deveria caminhar sob vigilância da

¹⁰⁶ SENNETT (1988), pág. 154

¹⁰⁷ A intimidade segundo SENNETT é um terreno de visão e uma expectativa de relações humanas. É a localização da experiência humana à aquilo que está próximo às circunstâncias imediatas da vida. As relações intimistas seduzem e se desviam da conversão da compreensão da realidade.

¹⁰⁸ PERROT (1991), pág. 309.

saúde, o que geraria comportamentos sociais compatíveis às experiências públicas e privadas atribuídas às intimidades”.¹⁰⁹

Os leitores consumiam os produtos do cinema através das revistas. Elas disseminavam aspirações de controle corporal assumidas como naturais através dos novos códigos que passaram a reger o espaço urbano, tais como o esporte, a ginástica, a moda, a indústria farmacêutica e o próprio cinema.

Como as revistas falam sempre para *a leitora*, o corpo feminino precisava ser controlado, e as revistas revelam indícios de consumo no lar e fora dele. As páginas chamam por mulheres que saibam dividir os espaços públicos e privados, desde que resguardadas as devidas atenções sobre seu próprio corpo. Eram necessários cuidados com o corpo assim como era importante que ele parecesse natural. Era necessário consumir as práticas assim como era necessário dissimulá-las para que não fossem reconhecidas num primeiro olhar, já que eram realizadas nos redutos da intimidade.

A mulher exercia nas revistas uma forma de controle, pois era consumida dentro do espaço virtuoso do lar e da família, sob os olhares de uma sociedade ainda masculinizada. Ela fala para a leitora as formas de se embelezar com as práticas corporais realizadas dentro de casa. As maquilagens, as ginásticas, os esportes, todos devem ser realizados ao ar livre, ao natural, mas principalmente nos redutos do lar.

A intimidade do lar para o discurso feminino, é uma forma de exterioridade do corpo. Dentro do lar, esse corpo poderia ser exteriorizado da forma com que a leitora desejasse. As revistas eram disseminadoras das práticas urbanas, mas essas deveriam ser contidas. A

¹⁰⁹ CORBIN (1991), pág. 438.

sociabilidade urbana feminina deveria ser libertada pela feminilidade, mas também contida pelas redomas do lar. *Richard Barthelmess*, ator, na reportagem intitulada *MULHERES E HOMENS*, quando questionado sobre a mulher, responde:

*Pra mim a feminilidade é a qualidade mais attrahente na mulher. Pra mim, a mulher pode ter um rosto de anjo. Um corpo de Vênus, ser intelligentíssima, faltando-lhe o requisito acima, já perde todo o valor. [...]Admiro a mulher que, em sua casa, não está somente nas salas e nos aposentos, mas que também visita a cozinha e cuida do lar todo. [...]A mulher inteligente, de facto, é aquella que aproveita as oportunidades, mostra-se consciente do seu valor e logo depois inconsciente do mesmo. Apenas para aproveitar as ocasiões propicias.[..]*¹¹⁰

É perpassando esse imaginário coletivo masculino que as revistas, através das políticas de estrelismo, exigem a feminilidade como poder de atração, um padrão moral que determina a inscrição do feminino nos parâmetros de respeitabilidade, da vida limpa e sem vícios. O amortecimento dessa contradição se faz pela utilização do corpo, pela higiene e pela imposição dos limites disciplinadores do *sex-appeal* no cinema¹¹¹.

Hollywood vendia o desejo antes de vender o produto cinematográfico. Vender o desejo é antecipar o fazer, controlando-o. A satisfação do desejo está na mercadoria que associada à marca, cria a necessidade. A marca associada ao desejo é estratégia para atingir as sensibilidades através da emoção. São corpos virtuosos que transformam o exalar sexual em “poesia epidérmica de beleza, associada ao luxo, higiene e juventude”¹¹².

Os espaços de intimidade eram espetacularizados assim como os corpos. A urbanidade que oferece a visibilidade corporal também a espetaculariza pela imagem. Dos corpos suportes, o corpo espetáculo é um processo cultuado tanto pelo cinema quanto pelo esporte. O

¹¹⁰ Cinearte, junho de 1930.

¹¹¹ XAVIER (1978), pág. 181.

¹¹² Idem, pág. 179.

corpo vira espetáculo de atração das massas. MELO diz que, no final do século XIX, cada vez mais os corpos musculosos em movimento seriam o grande motivo de atração que conduziriam os espectadores aos eventos esportivos. O esporte também era procurado pelo prazer de ver corpos ‘projetados’ (nos gramados, campos e quadras), que cada vez mais foram se construindo como elementos de identificação.¹¹³

Essa espetacularização pode ser remetida também ao *star-system*. Apesar de beleza ser atributo feminino para o período, ela não está desvinculada da virilidade masculina, que é a forma de mostrar-se belo sem remeter à palavra propriamente dita.

O espetáculo aqui está tanto na inserção do corpo na intimidade, quanto em sua exterioridade material. A intimidade pública fez com que os recônditos das práticas corporais californianas fossem modelos de práticas privadas. Estas estavam sempre em lindas mansões com quadras, piscinas, cavalos. Para produzir o espetáculo, os espaços esportivos precisavam parecer exclusivos e íntimos, dentro do próprio lar, junto ao próprio corpo. Bastava uma cadeira para que a atividade diária fosse cumprida. Assim como morar, exercitar-se passa a ser fundamental na aparente vida dos astros, para vender sua imagem.

A GINÁSTICA É A BASE DA BÊLESA

Para estar em forma é preciso exercitar-se diariamente em alguns movimentos de ginástica. Julie Bishop da Warner dá nesta página uma pequena lição. Apóie-se com as mãos nas costas de uma cadeira de espaldar baixo, o corpo sustentado nos braços, erga uma após outra as pernas em cadência suave por dez vezes.

*Muito útil à esbeltesa do corpo e a linha das pernas é este exercício que Miss Julie participa sentando-se sobre as pernas, as mãos segurando fortemente os braços da cadeira, busto erecto... e pouco a pouco vai-se suspendendo até o limite dos braços retesados. Voltar à posição inicial e repetir 10 vezes.*¹¹⁴

¹¹³ MELO (2004), págs. 56 e 57.

¹¹⁴ Cinearte, outubro de 1941.

Os conselhos da técnica, aliados ao fazer diário, mostram a atividade que deve ser realizada na intimidade do lar¹¹⁵. O privado é tão ou mais importante que o público no século XX. É no espaço privado que as práticas corporais são experimentadas. Apesar dos espaços de sociabilidade¹¹⁶ serem fundamentais e definirem a sociedade urbano-industrial, é no espaço privado que se definem formas importantes de viver e consolidar práticas incitadas e aprendidas.

A família¹¹⁷, entidade tão prezada no século XX vai antes de tudo delimitar valores, normas e, principalmente as práticas. A necessidade de novos consumos é materializada pela entidade familiar que transmite culturalmente novos e antigos saberes. Tais educações, ao serem ensinadas e aprendidas, são tratadas como naturais, excluindo e descartando o antigo hábito, reconstruindo práticas que, tratadas cientificamente, passam a descartar os saberes populares. Pomadas feitas em casa são agora substituídas por produtos industrializados que estampam em seus rótulos o prazer e a felicidade do consumo.

O espetáculo como afirmação da aparência era descrito através dos hábitos de vida. DEBORD chama de mercadoria espetacular aquilo que se orienta a partir dos equipamentos de sociabilidade, dentre eles, os encontros com as personalidades. Esse tempo espetacular está intimamente ligado às imagens como instrumento de consumo aparente. A mercadoria

¹¹⁵ No capítulo anterior tratamos melhor das Ginásticas de quarto de *J. P. Müller*. Esses métodos reafirmavam toda a relação do corpo e do movimento com os espaços privados.

¹¹⁶ Para SENNETT, a sociabilidade é fruto do lazer. Quanto mais pessoas interagem, no entanto, mais dependentes se tornam umas com relação às outras. Para o autor, as formas de sociabilidade que chamamos de pública, *Rousseau* as chama de relações sociais de mútua dependência [...] as pessoas acabam dependendo das outras para conseguirem uma percepção que eu possa manipular a sua aparência aos olhos dos outros, de maneira a conseguir sua aprovação, e assim sentir-se bem comigo mesma. pág.150.

¹¹⁷ O mesmo autor nos diz ser impossível pensar na idéia de público e privado sem pensar na descoberta da família e sua crescente percepção como um grupo natural. A família nuclear, criada no século XIX e que persiste no século XX era para SENNETT, o instrumento que as pessoas usavam para resistir às transformações econômicas e demográficas da sociedade, mais do que o meio de participar delas. A função da família era vista então como um abrigo, como um refúgio. pág. 223.

espetacular é fugaz. Transforma a vida real em objetos a serem consumidos antes que estes se transformem nos mesmos instrumentos amorfos que deixaram de *glamourizar* os tempos vividos. O homem público procurava identidade através do espetáculo da própria vida uma vez que “ele mesmo possuía uma identidade enquanto ator, representando emoções, alimentando experiências individuais, tudo isso, cuidadosamente a partir das aparências” ¹¹⁸.

Os periódicos são, por isso, uma mercadoria espetacular. Cobram a postura individual e social de uma educação do corpo, atribuindo a essa mesma educação caráter transitório. Apresentam a festa, o sorriso, o sol, o lazer burguês, lembrando sempre que é possível viver como uma estrela; consumir, vestir, falar, mas nunca sê-la. A idéia do espetáculo é transitória, deve ser renovada constantemente para que possa ser consumida como tal. O corpo espetáculo é o corpo da promessa, do que precisa ser lembrado para ser esquecido, pois o tempo espetacular é o tempo da realidade que se transforma, vivido ilusoriamente ¹¹⁹. Ao corpo espetacular é proibido envelhecer, engordar, entristecer-se, fatigar-se. A ele é necessária uma revolução íntima de ordem física para que possa se tornar público.

A fotografia, contudo, precisa traduzir todas as necessidades para que nada escape do que é condizente ao corpo civilizado, desde o sorriso até a imagem do enlace das pernas à mostra à beira da piscina. São educações construídas para formar corpos espetaculares. Corpos que precisavam ser educados para civilizarem-se.

A imagem vai tratar de uma forma de linguagem que produz uma determinada realidade: o corpo que deseja e é desejado. As imagens normatizam discursos corporais,

¹¹⁸ SENNETT (1988) trata do homem público enquanto ator, pois este representa suas emoções envolvendo outros num laço social.

¹¹⁹ DEBORD (1997), pág. 27-35.

conceitos e modos constantemente interpelados pela possibilidade da fotografia tentar captar a alma momentânea, tentar vitalizar uma realidade pela promessa do que é possível consumir.

Essa educação está diretamente relacionadas às formas de consumo, tanto do corpo biológico quanto do corpo social.¹²⁰

Tentativas de produção de identidades femininas e masculinas são construídas a partir de suas práticas cotidianas. São identidades inventadas para serem fotografadas, espaços inventados para que as práticas corporais possam existir, palco para a instrumentalização do que precisa ser espetacular, novo e já experimentado ordenadamente com os devidos cuidados que resguardam os excessos do próprio espetáculo. Este deve ser produzido de modo que seja fundamental manter não apenas a moral, mas também a saúde do corpo físico.

*“Uma lenda falsa sobre Hollywood espalhada pelo mundo, é que as estrelas e os artistas gastam suas horas de folga numa serie constante de festas e dansas nos “cabarets”. Como a verdade está longe. De facto as estrelas se divertem como qualquer mortal – mas o caso é que todas as jovens que triumpham em Hollywood tem um sério problema a resolver. E esse problema é a escolha definitiva entre a vida dos prazeres e o trabalho sério e esforçado. Tão rigoroso é o trabalho no cinema, tão grandes são as exigências das câmeras, que mesmo a jovem principiante com muita sensatez, escolhe devotar a maior parte de sua energia à sua carreira, deve ter sempre grande cuidado com a saúde”*¹²¹

De forma ordenada, os corpos vão surgindo e sendo destinados a outros fins, não somente educando o hábito, mas tratando do consumo como promessa de sedução para uma educação do corpo e de sua subjetividade. As imagens tratam do trabalho das estrelas como prazer, mas a moral do espetáculo deve contê-lo, transformando o trabalho em algo sério, que não deve ser corrompido pela vida dos prazeres. O monopólio cultural da intimidade pública

¹²⁰ A educação do corpo social necessariamente deveria passar pela reforma do corpo biológico. As imagens dicotomizam os corpos dividindo-os em partes que podem ser tratadas e cuidadas, assim como as necessidades a ele impostas. A busca por relacionamentos, a imagem de si mesma, as formas de se movimentar, o tamanho da cintura, são permanências da relação de identificação do corpo público para a intimidade.

¹²¹ Cinearte, 03 de março de 1941.

trata da casa e da rua como espaços de vazão para o corpo físico. A casa, o lar, o doméstico, espaços aparentemente femininos, devem ser locais privilegiados de práticas corporais rápidas para ambos os sexos, deixando o corpo preparado para o trabalho, seja ele no lar ou na rua. A rua e a casa são espaços de civilidade vestidos corporalmente pela formalidade do espaço público e pela informalidade do espaço privado.

O corpo público deveria ser regrado e contido. A intimidade pública é construída nas revistas pelos novos códigos que ditam o cinema. As imagens fotográficas ganhavam muito valor numa sociedade em que os corpos precisam ser reproduzidos. Existe uma unidade corporal¹²² nas imagens que, em momento algum, questionam o discurso oficial posto da beleza. Há uma tentativa de uniformizar as tendências corporais, os valores estéticos, os lazers, todos eternizados pela fotografia. Imagens congeladas que concebem também estatização aos movimentos da sociedade, ao mesmo tempo em que os libertam para uma história corporal.

São imagens silenciosas e cheias de significados. Entendo-as como silenciosas, pois as seqüências de seus textos e imagens não conversam, impõem, tratam como verdades, imobilizam e uniformizam anúncios e reportagens numa coisa só. O todo, “se antepõe inexoravelmente aos detalhes como algo sem relação entre eles”¹²³. Elas clamam pelas necessidades dos reclames em seus anúncios publicitários reafirmando sessões fotográficas.

As reproduções das reportagens, as fotos compradas das revistas norte-americanas implicavam numa “padronização de necessidades iguais”¹²⁴ que o cinema deveria conquistar

¹²² Falo de unidade corporal, pois nas duas décadas pesquisadas as imagens que tratam de práticas corporais se mantêm similares, com os mesmos discursos e intuitos. Há uma unidade tanto no corpo da imagem quanto no “corpo” do texto.

¹²³ DEBORD (1997), pág. 118.

¹²⁴ Ver mais em ADORNO (1985) quando fala da padronização do consumo.

pelo mundo. As reproduções das imagens ditam o que é necessário, ou fundamental ser consumido. Consumir é uma educação necessária para o cinema, para tornar o povo civilizado, ao vestir, ao falar, ao se movimentar, ao freqüentar suas salas.

Na intimidade pública, o privado precisa ser conservado, mantido e resguardado pela sociedade, mas também ser testado e publicado para que pudesse ser aprovado e copiado. A justaposição e a repetição das imagens do público e do privado deveriam ser conservadas, pois “cada beijo no filme musical deve contribuir para a carreira do boxeador ou qualquer outro perito em sucessos, cuja carreira esteja sendo glorificada” ¹²⁵.

O entretenimento promete uma libertação corporal, da roupa, da casa, do peso corporal excessivo. As práticas esportivas e ginásticas deveriam fazer parte da vida cotidiana; estão na fronteira entre a obrigação e o entretenimento diário. Imagens que dizem que, os exercícios físicos são, primeiramente, formas de diversão.

O corpo como objeto de desejo é assumido na reportagem/imagem/anúncio ficando difícil a distinção de onde um começa e o outro termina. As reportagens ilustradas, uma constante, tratam de forma entusiástica e gratuita os hábitos e cuidados com o corpo da personalidade em evidência, servindo para captar novos fãs. O prazer do *fã*n deve ser a mola propulsora de novos consumos, promessas que atendam e renovem os desejos dos também novos homens e mulheres que deveriam ser formados.

As revistas tratam de histórias oficiais¹²⁶, estavam autorizadas a divulgar e expandir novas subjetividades urbanas, uma tentativa de mostrar que a intimidade é pública e que o

¹²⁵ ADORNO (1985), pág.133.

¹²⁶ A ordem dos corpos dentro dos cinemas se estabelece apenas no discurso oficial das revistas. Não trato aqui dos discursos dos populares, mas de uma elite intelectual que almejava desenvolvimento e progresso para o Brasil a partir do cinema. Segundo SALLES GOMES (1974), pág. 297, os subúrbios das cidades consumiam a diversão cinematográfica em sua desordem corporal. Os cinemas “poeiras” se localizavam nas periferias das grandes cidades e representavam não somente o que precisava ser escondido para que o processo de

prazer que antecede o corpo é privado. Para o novo lazer moderno eram necessários conceitos, indumentárias que ultrapassavam a fronteira da cadeira e da tela.

As práticas corporais, tão fotografadas, são travestidas do novo hábito; da civilidade, saúde, felicidade, beleza e força. Características que se aplicavam a um corpo que precisava ser educado para tal.

Os investimentos da vida em sociedade expunham a relação doméstica para o âmbito da rua, trazendo a rua para dentro de casa. A diversão guiava as relações das práticas corporais e seus consumos, no entanto, com seriedade necessária para que não extrapolasse as prescrições dos cuidados a serem seguidos.

Paschoal Segreto¹²⁷, dono do que no momento se chamavam de “casas de diversão de espetáculo” justifica a permanência de seus estabelecimentos desta forma:

*“Para fazer referência as incontestáveis efeitos praticados sob o ponto de vista moral e social dos meus estabelecimentos de diversões e espetáculos citarei apenas que eles proporcionam às famílias um recurso constante, suave e modesto de interromper a monotonia da vida doméstica, além de sua educação física pelos inúmeros gêneros de esporte que explora (...) desenvolvem as relações amistosas ou a boa camaradagem entre as pessoas, famílias e classes sociais, ativam a permuta das idéias, notícias, opiniões, interesses e negócios e tudo que constitui a vida em sociedade.”*¹²⁸

modernização fosse revelado, mas que a população queria também consumir os modos urbanos nas periferias das grandes cidades. Os cinemas eram marcadores sociais de acordo com os espaços da cidade que ocupavam. Ele era uma referência tanto para o popular, quanto para o erudito. A segregação periférica das cidades indica, também, educações diferentes daquelas tratadas nas revistas, formas da desordem do consumo urbano do cinema que deveriam ser escondidas.

¹²⁷ Paschoal Segreto foi o principal dono do primeiro empreendimento de cinema no Brasil. Segundo SALLES GOMES (1996), pág.20, a primeira sala fixa de cinema foi instalada no número 141 da Rua do Ouvidor, em 31 de julho de 1897, e chamou-se “Salão de Novidades”. Cinema era novidade francesa e o local passou logo a ser o “Salão Paris no Rio”, nome com que cumpriu seu papel na história do cinema do Brasil e do filme brasileiro.

¹²⁸ Ver mais sobre a mídia na Revista Cinearte em LUCAS (2005), pág. 28.

A indústria cultural¹²⁹ penetra fortemente na vida da sociedade, principalmente se pensarmos as cidades como palco desses locais de novas diversões, novos interesses mercadológicos, novas formas de se combater a apatia e o ócio. A intelectualidade procurava apoio no poder público para que houvesse um somatório de interesses públicos e privados sob o setor cinematográfico em desenvolvimento. Autorizar oficialmente o cinema e seu aparato era autorizar o corpo higiênico almejado pela classe intelectual. Este corpo era, sobretudo, branco, limpo, em atividade, saudável e moral. Esse é o corpo vendido a todo instante nas imagens.

A tentativa de ampliar o mercado nacional se explicava, também, nas formas de reinventar o cinema *Hollywoodiano* para os moldes nacionais. Para isso, foram utilizados dois temas: o nosso futebol e os concursos de beleza¹³⁰. Nossos grandes estereótipos nacionais serviram de propaganda, pois aproximavam-se das políticas de estrelismo norte-americanas e forneciam características marcantes para a formação do espetáculo corporal. O interesse em popularizar o cinema e os temas nacionais brasileiros foram também tentativas de normatizar a diversão. Pugnar o progresso nacional era aumentar o número de salas de cinema desde que os espectadores soubessem vestir-se, comportar-se e consumir os bens culturais oferecidos pelo cinema. Por isso, consumir as práticas oferecidas pelas imagens era tão importante. Educar o olhar para determinados cuidados que antecipavam a sensação da sujeição do próprio corpo nos rituais de embelezamento.

¹²⁹ Questões conceituais sobre indústria cultural foram discutidas na Segunda Centelha – Ver mais em ADORNO (1986).

¹³⁰ SALLES GOMES (1974), pág. 312.

Nas revistas, os espaços materializados do cinema confundem-se com os espaços corporais. Desejam uns aos outros e reinventam formas de portar-se numa sociedade que deseja a modernidade. Os espaços materializados da cidade transitam da rua às salas de cinema, dos clubes esportivos aos parques, praças, salões e festas populares. Segundo as imagens, é preciso estar ao natural para viver a cidade e usufruir dos espaços inventados para as educações do corpo. Os espaços da natureza são, constantemente, invocados pelas práticas corporais nos parques, sítios e fazendas. Habitar a cidade e também a natureza são dois fortes temas das imagens. A natureza precisava ser preparada e construída para o divertimento. O sol, a piscina, o mar, os banhos de cachoeira poderiam também ser privilégio do cidadão comum.

As *pequenas* precisavam ser permissivas aos conselhos de beleza, às ginásticas realizadas, prioritariamente, dentro do lar, tendo como aparatos, cadeiras, mesas, camas, dentre outros. A intimidade deveria ser explorada ao máximo principalmente pelo público feminino. Os recônditos do lar são espaços onde, as práticas corporais femininas preconizariam moralmente o corpo para uma possível mostra pública *a posteriori*. Trabalhar o corpo em casa significava também, resguardar a moral burguesa exibida pelas estrelas. A ida aos cinemas, as revistas, os cafés, as livrarias, os clubes, são práticas sociais que se inspiram umas nas outras, formas de espetacularizar o corpo revelando práticas que foram realizadas no lar.

“As revistas ilustradas desempenham papel importante no início do século XX. Enquanto o jornal privilegiava o fato jornalístico em suas páginas, o periódico abrigava desde banalidades mundanas, até discussões e críticas das mais engajadas” ¹³¹.

¹³¹ LUCAS (2005), pág. 57

Por isso, as revistas poderiam ser consumidas por diferentes classes sociais, já que havia diversidade e profundidade diferenciadas com os temas que eram tratados. Isso é também um marcador, faz a mediação com a indústria cultural. Assim, temas considerados eruditos e populares fundem-se para serem anunciados e consumidos por pessoas de diferentes níveis sociais.

Há uma segregação que permite *status*, mas que também permite a diversão descontextualizada. Temas como, educação, governo, desenvolvimento eram tão importantes quanto o novo *maquillage*, a moda, a nova série de exercícios físicos desenvolvida em *Hollywood*.

As imagens falam, constantemente, dos anúncios publicitários. Os anúncios possibilitavam a existência das revistas. A estrutura dos anúncios impunha ao corpo, necessidade urgente de ser educado, sobretudo, para a saúde. As propagandas de remédios que combatem à feiúra¹³² são uma constante. Além disso, poderiam servir também contra a obesidade e os maus odores. Moralizavam e limpavam o corpo que não podia ocupar lugar excessivo nos bondes, nem na cadeira do cinema. Eliminavam o mau cheiro e, serviam também, para um bom funcionamento orgânico de todo o corpo. Cientificamente protegeriam o corpo do maior dos males: a feiúra.

Os anúncios, pensados a partir da indústria cultural, vendem ao público uma hegemonia dominante, (aqui supracitada a científica). Transferem a responsabilidade de seus produtos para o público consumidor e refuta-o como sendo degenerador da cultura e da moral

¹³²Tema também tratado por SANT'ANNA (1995) ao dizer dos cuidados e do embelezamento feminino, no combate aos defeitos da aparência. Segundo a autora, a falta da beleza nas famílias de elite é tratada como doença, por isso a idéia do remédio para curar não só a feiúra como uma infinidade de outros males.

nacional. Os anúncios transferem a responsabilidade do consumo para os leitores, tornando-os agentes, partes integrantes e principais no consumo das práticas corporais. Os anúncios das revistas são tão transitórios quanto a nova estrela que surge na tela.

A indústria do espetáculo é fluida, assim como o corpo, branco, limpo, reto e luxuoso desejado pelas imagens das revistas. É fluido, pois deseja ser e não é, é fluido, pois se engessa na tentativa de popularizar os hábitos da elite, silenciando espaços, lugares e pessoas que certamente foram incitadas pelos desejos das imagens. São discursos que tentam homogeneizar e inventar necessidades de consumo.

“Perfumes, sabonetes, remédios para emagrecer, para dor de garganta, sofás, vitrolas, meias, sapatos, escolas, esmaltes, cremes e moveis são anúncios freqüentes em Cinearte, o que evidencia a força dos produtos de higiene e beleza, medicamentos, vestuário e artigos para o lar”¹³³

Os periódicos, ao incitarem a intimidade pública das *stars*, não negam o espaço público, mas fazem com que os aparatos dos espaços públicos sejam consumidos dentro do lar. Dentro da casa estavam as possibilidades de mudança moral representadas fortemente pela figura maternal da mulher que deveria ser tão bela e ter tantos cuidados cotidianos quanto as *stars* das revistas.

Os anúncios de higiene, beleza e medicamentos confundem-se a todo o momento: são medicamentos para a saúde física que precisava ser tratada e cuidada, acompanhadas por práticas específicas para cada parte do corpo. A importância dada aos referenciais das práticas corporais de higiene e saúde¹³⁴ é ratificada pela quantidade de anúncios revelados pelas

¹³³LUCAS (2004), pág. 78

¹³⁴ Segundo LUCAS (2004), nos segmentos de mercado dos anúncios publicados no mês de março na revista *Cinearte* apresenta uma relação percentual de 25,1% de produtos de higiene beleza, 9,8% de anúncios sobre

revistas, em reportagens que vinculavam e contemplavam os temas da beleza, do esporte, da ginástica, do lar e da mulher. As reportagens/imagens vêm como ratificadores dos produtos que, concomitantemente, eram vendidos atrelados aos astros e estrelas. Há uma internacionalização do consumo¹³⁵, fazendo com que os modos de vida nacionais pudessem ser apoderados através dos bens de consumo *Hollywoodianos*.

Reclama pela leitora, mulher, mãe que deveria estar no lar e na rua com descrição e elegância, que andava de bonde e ia ao cinema, que era conduzida ao consumo pelo glamour dos insumos de higiene e beleza.

As imagens/reportagens/anúncios tecem uma rede de modos de comportamentos que intetam em educar o corpo da casa e da rua pelo consumo. O consumo estava diretamente relacionado ao que era importado, principalmente o nosso cinema.

Com efusivos debates sobre um cinema nacional de qualidade, uma intelectualidade que referendava as discussões de oficialização de subsídios do poder público para o cinema nacional, crescia também outros discursos menos importantes intelectualmente, mas fundamentais para a consolidação das práticas corporais na educação do corpo moderno. Esses discursos não estavam na periferia das discussões dos periódicos, mas como parte privilegiada e legitimada pela população para a aceitação da entrada dos folhetins no lar. Para tal, era necessária uma linguagem que extrapolasse os temas cinematográficos e que tratasse dos temas mundanos com tanta importância quanto os discursos da intelectualidade. Por isso, assuntos como “Cinema educativo” e “a melhor maquiagem para noite” são tratados com a

medicamentos, 3,7% de vestuário, 3,5% de artigos para o lar e apenas 7,6% de anúncios relacionados diretamente à cinema.

¹³⁵LUCAS (2004), pág.87, diz que a internacionalização do consumo enquanto um símbolo de status caminha paralelo à construção de identidades e de diferenças que paulatinamente passam também a definir-se pelo poder de aquisição.

mesma importância. A importância de uma educação para o consumo, não qualquer consumo, mas aquele que deveria condizer com os anseios da materialização da educação no corpo. O consumo que daria sentido e que conseguisse espetacularizar, na intimidade, os investimentos produzidos sobre o corpo.

Referências Bibliográficas

Periódicos

Cinearte, agosto de 1926
Cinearte, abril de 1927
Cinearte, abril de 1927
Cinearte, agosto de 1927
Cinearte, junho de 1930
Cinearte, julho de 1930
Cinearte, setembro de 1933
Cinearte, abril de 1934
Cinearte, junho de 1934
Cinearte, julho de 1934
Cinearte, novembro de 1929
Cinearte, setembro de 1935
Cinearte, agosto de 1936
Cinearte, março de 1937
Cinearte, setembro de 1937
Cinearte, novembro de 1937
Cinearte, agosto de 1938
Cinearte, dezembro de 1938
Cinearte, julho de 1939
Cinearte, janeiro de 1939
Cinearte, dezembro de 1940
Cinearte, março de 1941
Cinearte, outubro de 1941
Scena Muda, outubro de 1934
Scena Muda, outubro de 1934
Scena Muda, número 959 - 1939
Scena Muda, número 938 - 1939
Scena Muda, número 819 - 1936
Scena Muda, número 736 - 1935
Scena Muda, número 749 - 1935
Scena Muda, número 838 - 1937
Scena Muda, número 893 - 1938
Scena Muda, número 913 - 1938
Scena Muda, número 915 - 1938
Scena Muda, número 1007 - 1940
Scena Muda, número 1008 - 1940
Scena Muda, número 1009 - 1940
Scena Muda, número 1011 - 1940
Scena Muda, número 1015 - 1940
Scena Muda, número 1023 - 1940
Scena Muda, número 1036 - 1941
Scena Muda, número 1037 - 1941
Scena Muda, número 1037 - 1941
Scena Muda, número 1072 - 1941

Outras referências

ADORNO, Theodor W. *A indústria cultural: O esclarecimento como mistificação das massas*. In: ADORNO, HORKHEIMER. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

AZEVEDO, Fernando de. *Da Educação Física*. São Paulo: Edições Melhoramentos, 1920.

BARROS, Manoel de. *Tratado geral das grandezas do ínfimo*. Rio de Janeiro: Record, 2001.

BARTHES, Roland. *A câmara clara*. Nova fronteira: Rio de Janeiro, 1984.

BENJAMIN, Walter. *Pequena história da fotografia*. In: *Obras escolhidas: magia, técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

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

BRACHT, Valter. *Sociologia crítica do esporte: uma introdução*. Ijuí: Unijuí, 2005.

BRUZZO, Cristina. *Filme 'Ensinante': o interesse pelo cinema educativo no Brasil*. In: Pro-Posições: Dossiê de educação Estética. Faculdade de educação: Campinas, jan/abril2004.

CORBIN, Alain. *O segredo do indivíduo*. In: DUBY, Georges; ARIES, Philippe. *História da vida privada 04: da Revolução francesa à primeira guerra*. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

ETCOFF, Nancy. *A ciência da beleza*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1999.

FURHAMMAR, Leif e FOLKE, Isaksson. *Cinema e política*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.

GOELLNER, Silvana Vilodre. *Bela, maternal e feminina: imagens da mulher na Revista Educação Physica*. Ijuí: Unijuí, 2003.

HIGOPNNET, L Anne. In: DUBY, Georges. PERROT, Michelle. *História das Mulheres no século XX*. São Paulo, Porto: Ebradil, Afrontamento, 1991.

HILMAN, James. *A repressão da beleza*. In: *Cidade e Alma*. São Paulo: Studio Nobel, 1993.

HILMAN, James. *Beleza natural sem natureza*. In: *Cidade e Alma*. São Paulo: Studio Nobel, 1993.

LUCAS, Taís Campelo. *Cinearte: o cinema brasileiro em revista (1926-1942)*. Dissertação de mestrado. Instituto de Ciências humanas e Filosofia, UFF: Niterói, RJ, 2005.

LUCENA, Ricardo Figueiredo de. *A crônica como gênero que introduziu o esporte no Brasil*. In: *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*: Campinas, v. 25, n 1, p. 159-171, set. 2003.

MELO, Victor Andrade de. *História da Educação Física e do esporte no Brasil: panoramas e perspectivas*. São Paulo: Ibrasa, 1999.

_____. *Cidade Sportiva: primórdios do esporte no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Relumbe Dumará: FAPERJ, 2001.

_____. *Esporte, arte, imagem, cinema: relações originais com a modernidade*.

Tese de Pós-doutorado, 2004. Acesso em janeiro de 2006. http://www.lazer.eefd.ufrj.br/cinema/docs/cin_esp_rel.pdf

MENEGUELLO, Cristina. *Poeira de Estrelas: o cinema Hollywoodiano na mídia brasileira nas décadas de 40 e 50*. Campinas: Editora da Unicamp, 1996.

MIRANDA, Carlos Eduardo Albuquerque de. *A fisionomia de Charles Lê Brun – a educação da face e a educação do olhar*. In: *Revista Pro-posições, Dossiê educação do Olhar*, Unicamp: Campinas, 2005.

MORENO, Andrea. *Corpo e ginástica num Rio de Janeiro: mosaico de imagens e textos*. (Tese de doutorado) Faculdade de Educação: Campinas, Unicamp, 2001.

PASSERINI, Luísa. *Mulheres, consumo e cultura de massas*. In: DUBY, Georges; PERROT, Michelle. *História das Mulheres no século XX*. São Paulo, Porto: Ebradil, Afrontamento, 1991.

PERROT, Michelle. *Maneiras de morar*. In: DUBY, Georges; ARIES, Philippe. *História da vida privada 04: da Revolução francesa à primeira guerra*. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.

REVEL, Jacques; NORA, Pierre. *O corpo: o homem doente e sua história*. In: LE GOFF, Jacques; NORA, Pierre. *História: novos objetos*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1995.

SALLES GOMES, Paulo Emílio. *Humberto Mauro, Cataguazes, Cinearte*. Perspectiva/Editora da USP: São Paulo, 1974.

_____. *Cinema: trajetória do subdesenvolvimento*. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. *Cuidados de si e embelezamento feminino: Fragmentos para uma história do corpo no Brasil*. In: *Políticas do corpo*. São Paulo: Estação liberdade, 1995.

_____. *Corpos de passagem: ensaios sobre a subjetividade contemporânea*. São Paulo: Estação liberdade, 2001.

SENNETT, Richard. *O declínio do homem público: as tiranias da intimidade*. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

SCHPUN, Mônica Raisal. *Beleza em jogo: cultura física e comportamento em São Paulo nos anos 20*. São Paulo: Editora SENAC, 1999.

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

SKLAR, Robert. *História social do cinema americano*. São Paulo: Cultrix, 1975.

SOARES, Carmen. *Educação Física: raízes européias e Brasil*. Campinas: Autores associados, 1994.

_____. *Imagens da educação no corpo: estudo a partir da ginástica francesa no século XIX*. Campinas: Autores Associados, 1998.

SONTAG, Susan. *Sobre fotografia*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004

STEINER, George. *No castelo da barba azul: algumas notas para redefinição da cultura*. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.

XAVIER, Ismail. *O sonho da indústria: a criação de imagem em CINEARTE*. In: *Sétima arte: um culto moderno*. São Paulo: Perspectiva: Secretaria da Cultura, Ciência e tecnologia do estado de São Paulo, 1978.

YERO ALPHAVILLE. *Reportagem: Por que adoramos piscinas*, págs. 62-67. São Paulo: Editora Lage e Ivanesciuc, Revista ano 01 número 03, fevereiro/março de 2006.