



# Cinema alemão no Brasil nos anos 1920 e 1930: percursos de uma política cultural exterior

German Cinema in Brazil in the 1920s and 1930s:  
Paths of a Foreign Cultural Policy

FLAVIANO BUGATTI ISOLAN  
Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil  
*flavianoisolan@hotmail.com*

**Abstract:** This article aims to analyse the path of the German foreign cultural policy in relation to cinema in Brazil –which began in the 1920s and was interrupted in the early years of the Second World War–, linking the development of political and diplomatic relations and the activities of the agents of this cultural policy, such as the Ufa (Universum Film AG) and German government agencies.

**Keywords:** Foreign Cultural Policy; German Cinema; Brazil; Germany; 20th Century.

**Resumo:** O presente artigo tem por objetivo analisar como foi o percurso da política cultural alemã em relação ao cinema no Brasil –que teve seu início na década de 1920 e acabou sendo interrompida nos anos iniciais da II Guerra–, relacionando os desdobramentos das relações políticas e diplomáticas do período e a atuação dos agentes dessa política cultural, como a Ufa (Universum Film AG) e órgãos oficiais alemães.

**Palavras-chave:** Política cultural exterior; Cinema alemão; Brasil; Alemanha; Século xx.

## INTRODUÇÃO

A partir dos anos 1990, os estudos sobre relações internacionais vêm dando maior destaque ao que se denominou “dimensão cultural”, ou seja, a noção de que a cultura – e suas várias áreas – tem um papel determinante na relação entre os países, não sendo apenas um elemento secundário da atividade política e econômica dos estados.

Se essa noção é relativamente nova nos estudos e nos paradigmas teóricos das relações internacionais, sua prática política remonta ao final do século XIX, quando a cultura desempenhava papel importante para os interesses do imperialismo. Missões religiosas, iniciativas privadas e associações culturais, principalmente ligadas ao ensino da língua da metrópole, atuavam nas colônias ou entre os imigrantes – por exemplo, a Liga para o Germanismo no Exterior (1880), a Aliança Francesa (1883), a Società Dante–Allighieri (1889). Pouco antes da I Guerra, alguns estados europeus começaram a intervir e organizar essa “política cultural”, mas foi a I Guerra que acelerou esse processo, transformando essas iniciativas, em grande parte privadas, em uma verdadeira política cultural exterior, com departamentos especializados pertencentes a órgãos estatais e que neste momento voltavam-se principalmente para os trabalhos de propaganda de guerra.

A despeito das discussões teóricas sobre o papel da cultura nas relações internacionais - discussões essas que perpassam desde os anos pós II Guerra Mundial até os dias atuais os paradigmas teóricos das relações internacionais e sua variada gama de autores, bem como, por exemplo, a importante noção de *soft power*, cunhada por Joseph Nye (2004) -, o que nos interessa aqui inicialmente é nos atermos de forma introdutória ao conceito de política cultural exterior e o alcance de seu significado atual.

O termo *auswärtige Kulturpolitik*, ou “política cultural exterior”, foi apresentado pela primeira vez em 1912 pelo historiador alemão Karl Lamprecht na reunião anual da Liga para a Compreensão Internacional (Verband für die Internationale Verständigung), em Heidelberg. Segundo Lamprecht, os objetivos econômicos e políticos das relações internacionais alemãs teriam maior sucesso - a exemplo da França - se acompanhados de uma política cultural exterior baseada no que ele chamara de *Kulturbegegnung*, ou “encontro cultural”, ou seja, lançar mão da produção artística e científica alemã como elementos de influência para intensificar a presença alemã no cenário internacional (Gak 2011). A partir do fim da I Guerra, quando pouco restava da tradicional política externa alemã, que se sustentava basicamente na aliança do poderio econômico e bélico, a proposta de Lamprecht foi retomada<sup>1</sup>.

Conforme mencionado, a I Guerra Mundial acelerou o processo de transformação das iniciativas privadas que promoviam missões culturais em outros países em ações estatais no sentido de uma efetiva política cultural exterior. A partir da metade do século XX, o termo política cultural externa ou política cultural exterior chega a um consenso teórico<sup>2</sup> e começa a se tornar objeto de atenção por parte dos pesquisadores. É a partir

<sup>1</sup> Na Alemanha, a iniciativa de associações privadas que se dedicavam a ações de política externa coexistiu, a partir dos anos 1920, com esforços estatais, numa combinação entre a promoção do *Kulturbegegnung* e a preservação do Germanismo (Deutschtum) no exterior. Ao lado de associações tradicionais, como o Verein für das Deutschtum im Ausland (Liga para o Germanismo no Exterior), criado na década de 1880, surgiu em 1917 o Deutsche Auslandsinstitut (Instituto Alemão no Exterior). Em 1924 foi criado o Ibero-Amerikanisches Institut (Instituto Ibero-Americano) e em 1931 o Deutscher Akademischer Austauschdienst (Serviço Alemão de Intercâmbio Acadêmico).

<sup>2</sup> Nos meios diplomáticos alemães dos anos 1920 até os anos 1940, por exemplo, o termo *auswärtige Kulturpolitik* não era um consenso, embora seja usado também algumas vezes. O termo emprega-

da II Guerra Mundial, portanto, que o fator cultural começa a ser discutido nas teorias das relações internacionais e se começa então a falar em “relações culturais internacionais”, ou seja, um conjunto de atividades culturais levados a cabo por cidadãos, sociedades e instituições que transcendem sua própria comunidade nacional e abarcam um amplo cenário no qual intervêm atores diferenciados: pessoas independentes, instituições privadas, grupos sociais e organizações governamentais. A partir dos anos 1970, quando se consolida um campo de pesquisa cujo objetivo era o estudo da cultura como instrumento da política exterior dos estados, “política cultural exterior” é definida como a atuação planejada a médio e longo prazo de um estado para expansão, difusão e venda da sua cultura no âmbito de sua política externa (Martínez 2002: 2-3).

Essa atuação por parte do estado remete a noções quando da formação dos modernos estados-nação nos séculos XIX e XX. O estado, como uma entidade racional-administrativa, também se constitui como uma nação através da construção de uma comunidade – imaginada ou forjada por agentes estatais –, a qual compartilha ou tende a compartilhar valores culturais em comum. Nos termos de uma política cultural exterior, depende de cada estado e de seus agentes o que pode ser considerado e exportado como “cultura”. Política cultural exterior, portanto, pode ser entendida como a política onde coincidem a política externa e o lado cultural-nacionalista do estado-nação (Schreiner 2001: 13). Nesse mesmo sentido, Monica Lessa entende a política cultural externa como um conjunto de ações planejado a longo prazo para amparar ou fomentar a difusão e venda dos produtos culturais no exterior – a língua nacional, o produto de luxo, o livro e as obras artísticas alçadas a patrimônio cultural nacional, como óperas, música, exposições de arte e cinema. Para a autora, “a política cultural não se realiza sem a autorização, o acordo e o apoio do Estado, quando não é francamente planejada, dirigida e subvencionada pelo mesmo”. A reciprocidade não seria um elemento necessário ou o mais procurado nas políticas culturais, uma vez que o objetivo principal é a penetração cultural seguida de “clientelização” (Lessa 2002: 15, 17).

Importante ressaltar, e aqui concordando com as reflexões de Érica Monteiro, que a política cultural exterior não se limita às diretrizes advindas do estado, sendo também formulada por grupos privados da sociedade civil – empresários, intelectuais, artistas, imprensa, órgãos não governamentais, etc. (Monteiro 2011: 44). Tais iniciativas levadas a cabo por esses agentes culturais podem ser, num dado momento, incorporadas pelo estado à sua política cultural, ou permanecer num âmbito relativamente autônomo, mas ainda assim continuam atuando em prol da criação ou manutenção laços culturais.

Uma outra reflexão que achamos importante levar em conta em relação à noção de política cultural exterior é evitar a noção de uma certa linearidade ou rigidez hierárquica dessa política. Isto é, apesar dos pressupostos de uma política estatal, que requer

---

do mais usualmente no período é *Kulturpropaganda* ou *Kulturwerbung* (“propaganda cultural”), *Kulturarbeit* (“trabalho cultural” ou “ações culturais”) ou mesmo *kulturelle Werbetätigkeiten* (“ações de promoção cultural”) (Gak 2001).

planejamento e coordenação de diversos agentes, órgãos e indivíduos, algumas vezes uma política cultural exterior é aplicada de acordo com as possibilidades do momento e deve lidar com problemas, atritos, divergências e mudanças de estratégias no seu desenrolar. Ou em outras palavras, o planejamento a médio ou longo prazo deve se submeter às possibilidades e limites que a conjuntura específica oferece.

Consideramos, portanto, a política cultural exterior como um elemento da política externa do estado-nação que atua com produtos e agentes vinculados à cultura nacional, cujo objetivo é a penetração cultural a longo prazo e a atuação junto aos interesses mais amplos (políticos, econômicos, diplomáticos) das relações internacionais. Tal política tem o estado como principal agente planejador, fomentador e coordenador, mas pode ser levada a cabo também por agentes ou grupos privados da sociedade civil, com maior ou menor grau de vinculação às políticas estatais, que atuam com os mesmos objetivos. Partindo dessas reflexões, o presente artigo tem por objetivo analisar como foi a implementação e o percurso da política cultural alemã em relação ao cinema no Brasil, a qual teve início na década de 1920 e foi interrompida nos anos iniciais da II Guerra, devido aos desdobramentos das relações políticas e diplomáticas do período.

Os estudos sobre as relações culturais entre a Alemanha e o Brasil (e o continente latino-americano) são ainda recentes e tem geralmente como foco de pesquisa o *Deutschtum* (Germanismo), ou seja, a política de instituições e associações que buscavam a defesa da identidade e cultura alemãs em regiões de imigração alemã. Destaca-se aqui o trabalho de Stefan Rinke, que aborda o ponto de virada da perspectiva da Alemanha em relação ao continente latino-americano. Segundo o autor, após a I Guerra Mundial, a América Latina se apresentava à política externa alemã como o “o último continente livre” (Rinke 1996). O novo regime republicano alemão, proclamado em 1919, buscava conciliar as limitações impostas pelo Tratado de Versalhes à reinserção da Alemanha no cenário político internacional. O continente latino-americano, com suas possibilidades de comércio (exportação de matéria-prima) e com um grande número de imigrantes em alguns países, se colocava como um território favorável para se cumprir tal objetivo. Os “alemães do exterior” (*Auslandsdeutsche*) e o Germanismo (*Deutschtum*) podem ser considerados os alvos iniciais da política externa alemã nos anos pós I Guerra. Os *Auslandsdeutsche* passam a ser encarados pela política externa alemã como o “motor de uma retomada da posição de potência mundial outrora ocupada pela Alemanha” e perdida após o Tratado de Versalhes (Rinke 1996: 291). Luis Edmundo Moraes também considera que a política alemã em relação ao *Deutschtum* e aos *Auslandsdeutsche* mudou a partir da década de 1920, já que a partir deste período tal política passou também a ser levada a cabo por organizações ligadas às diretrizes da política externa do estado alemão (Moraes 2005: 160-162).

Também em relação à década de 1930 e o período do nacional-socialismo, o tema das relações culturais entre a Alemanha nazista e os países do continente latino-americano como um todo permanece pouco explorado. A maioria dos estudos destina-se a investigar as ações das instituições que trabalhavam pela divulgação do *Deutschtum* no exterior (como por exemplo, a Verein für das Deutschtum im Ausland, Alldeutscher

Verband, entre outras) ou as ações da Organização do Partido Nazista para o Exterior (Auslandsorganisation der NSDAP; NSDAP-AO), uma das instituições partidárias criadas pelo regime nacional-socialista e que atuava em diversos países. Em relação ao Brasil, Marionilde Brepohl de Magalhães (1998) e Rene Gertz (1987) investigam as relações entre o (pan)germanismo e o nazismo nas regiões de imigração no sul do país – Gertz também aprofunda a análise sobre as relações políticas e diplomáticas entre a Alemanha nazista e o governo Vargas no Brasil (Gertz 1996). Luis Edmundo Moraes (2005) e Ana Dietrich (2007), por sua vez, analisam o desenvolvimento do Partido Nazista no Brasil, sua atuação e inserção em diferentes regiões do Brasil, bem como seu papel nas relações diplomáticas entre os dois países ao longo da década de 1930. Todos esses estudos abordam também a atuação das instituições políticas e culturais alemãs, mas não se atém ao planejamento de uma política cultural para os brasileiros por parte do governo alemão. Nessa perspectiva, encontra-se em andamento a pesquisa de Igor Gak, que investiga o desenvolvimento de uma política cultural alemã para o Brasil entre os anos 1933-1942, a partir do exemplo de projetos e instituições que atuavam em prol de um intercâmbio cultural e científico em diferentes esferas: intercâmbios acadêmicos, desenvolvimentos de projetos culturais e científicos, difusão da língua alemã, música, teatro e imprensa.<sup>3</sup>

No âmbito das relações culturais com o continente latino-americano, os trabalhos de Uwe Lübken (2004) e Ursulla Prutsch (2008) – mesmo tendo como foco a relações diplomáticas e política cultural exterior dos Estados Unidos para os países do continente latino-americano, principalmente nos anos da II Guerra - apresentam um interessante panorama que estabelece um diálogo com as ações da política cultural alemã para a América Latina no período. Os autores analisam a disputa pela influência ideológica nos países latino-americanos e a política dos Estados Unidos, que tentavam neutralizar e eliminar a propaganda política do Eixo, principalmente alemã. Em relação ao cinema, por exemplo, as medidas tomadas pelo governo norte-americano para dominar o mercado latino limitavam paulatinamente as possibilidades de ação que a indústria cinematográfica alemã e o governo do Reich pretendiam tomar para se manter vivos nessa disputa.

Em relação específica à presença, ações e políticas para expansão do cinema alemão no Brasil na década de 1930, há a publicação oriunda de minhas pesquisas de mestrado, “Das páginas à tela: cinema alemão e imprensa na década de 1930” (Isolan 2006), onde é analisada a recepção do cinema alemão na imprensa de duas cidades do sul do país - a capital, Porto Alegre e Santa Cruz do Sul, cidade de colonização alemã. Além deste, destacam-se dois trabalhos de Luiz Nazário: o primeiro, publicado no livro *Cinema and the Swastika: the International Expansion of Third Reich Cinema* (Winkel/Welch 2007), cujos capítulos mostram a expansão e influência do cinema da Alemanha nazista em vários países europeus – e também na África do Sul, Japão e Estados Unidos. Nazário segue essa mesma linha em seu capítulo sobre o Brasil, além de apresentar as

<sup>3</sup> Pesquisa de doutorado vinculada ao Lateinamerika-Institut (LAI)/Freie Universität-Berlin.

influências da indústria cinematográfica do Reich na própria reorganização da estrutura do cinema brasileiro, bem como o contexto de crise política entre os dois países nos anos de guerra que prejudicou, inclusive, o comércio dos filmes alemães (Nazário 2007). O segundo trabalho aborda a influência e a recepção do cinema alemão no Brasil desde os anos 1920 e também no período nazista, ampliando a discussão para os tempos atuais e discutindo os alcances e limites de sua divulgação no Brasil (Nazário 2010) – vale salientar que este capítulo faz parte de um livro (Bader 2010) que apresenta estudos atualizados sobre as relações culturais entre Brasil e Alemanha em diversos campos: imprensa e mídia, artes plásticas, teatro, música e cinema, estudos de português e alemão, ciências humanas e intercâmbio acadêmico, além de reflexões acerca da própria política cultural exterior entre os dois países.

Poucos são os trabalhos, portanto, que tem o cinema como objeto central de seus estudos, no que tange à política cultural exterior alemã. Para o governo do III Reich, o cinema era um instrumento de instrução e propaganda, tanto interna como externa, e foi utilizado como tal durante todo o regime nacional-socialista. O cinema era levado para outros países como um meio de propagar a nova cultura alemã nacional-socialista e de promover uma aproximação cultural com os povos e países com os quais o III Reich tinha intenção de manter relações. Os países da América Latina - com destaque para o Brasil - eram um alvo importante para os objetivos da política externa alemã, principalmente ao longo da década de 1930, quando as relações comerciais e políticas com a Alemanha aumentavam gradativamente e tiveram seus reflexos também na exportação de filmes.

O mercado cinematográfico brasileiro foi se desenvolvendo sob a hegemonia das produtoras norte-americanas desde os anos da I Guerra Mundial. Cabia aos outros países produtores, como a Alemanha, conseguir entrar nesse mercado através de uma produção e distribuição mais eficazes, que permitissem que seus filmes chegassem e permanecessem no mercado de forma duradoura, mesmo sendo minoria em relação às produções norte-americanas. Desde o começo da década de 1920, o Brasil começou a despertar o interesse da indústria cinematográfica alemã devido às regiões de imigração. Principalmente a partir da década de 1930, as produções alemãs começaram a consolidar seu espaço no mercado brasileiro e a política de distribuição das produções alemãs já não deveria alcançar somente os alemães do exterior (*Auslandsdeutsche*), mas fazer parte das iniciativas do regime nacional-socialista e de sua política cultural exterior para todo o território brasileiro.

O presente artigo, que pretende ser uma contribuição para esse tema, corresponde à parte da minha pesquisa realizada entre abril de 2007 e dezembro de 2010, como bolsista do DAAD, no Centro Pesquisa sobre Antisemitismo (*Zentrum für Antisemitismusforschung*) da Technische Universität de Berlim. No doutorado, analisei a recepção do cinema alemão em parte da imprensa brasileira e da imprensa de língua alemã no Brasil nas décadas de 1920 e 1930, e de que forma estas construíram o conceito de “cinema alemão”. Além disso, analisei também o papel do cinema na política cultural da Alemanha para o Brasil nesse período (Isolan 2011).

Durante as pesquisas, foram consultados arquivos brasileiros e alemães. No Arquivo Federal da Alemanha (Bundesarchiv, BA), em Berlim, se encontrou grande parte da documentação relativa à produtora de filmes alemã, Ufa (Universum Film AG), e sobre suas atividades no Brasil, principalmente entre os anos 1938 e 1942. São trocas de correspondências entre os órgãos alemães, atas de reuniões da Ufa, comunicados do Ministério da Propaganda alemão, assim como relatos e dossiês sobre a situação dos filmes alemães no Brasil. Também no Arquivo Político do Ministério das Relações Exteriores (Politisches Archiv des Auswärtigen Amtes, PAAA) foram encontrados documentos nos anos da II Guerra sobre relações diplomáticas entre Brasil e Alemanha que tinham como conteúdo filmes alemães. Na biblioteca do Museu do Filme, em Berlim (Bibliothek der Deutschen Kinemathek-Museum für Film und Fernsehen), foram pesquisados os jornais *Lichtbild-Bühne* e *Der deutsche Film*, importantes fontes para a pesquisa sobre a presença das produções alemãs no Brasil desde a década de 1920. A essas pesquisas juntaram-se as pesquisas em diversos órgãos de imprensa, realizadas em arquivos de diferentes cidades brasileiras – Rio de Janeiro, São Paulo, Porto Alegre, Curitiba, Santa Cruz do Sul. Tais pesquisas possibilitaram traçar um quadro sobre os filmes alemãs no Brasil – ou nas regiões onde se concentrava a grande parte do mercado cinematográfico brasileiro – desde a década de 1920 até os anos da II Guerra. Conforme mencionado, além da recepção do cinema alemão por parte da imprensa brasileira, o objetivo do trabalho também dizia respeito ao papel do cinema enquanto instrumento da política cultural exterior alemã nesse período. Sobre este segundo ponto, o presente artigo se atém a partir de agora.

## POLÍTICA CULTURAL EXTERIOR E CINEMA ALEMÃO NO BRASIL

No final da I Guerra, ainda antes da criação do Departamento Cultural (Kulturabteilung) no Ministério do Exterior alemão, em 1920 (Düwell 1981, 2005), a indústria cinematográfica alemã começa a ser montada já com objetivos de servir à política cultural exterior (*auswärtige Kulturpolitik*) do governo alemão. A Ufa, Universum Film AG, foi fundada em dezembro em 1917 por iniciativa do general Ludendorff, que ordenou a fusão das firmas cinematográficas mais importantes e a concentração da distribuição dos filmes, a fim de que o cinema alemão apoiasse a política militar do Estado. Seu objetivo inicial era reportar as operações militares e fazer contraponto à propaganda inimiga – principalmente ao cinema norte-americano e francês – distribuindo filmes destinados a reabilitar a reputação da Alemanha imperial no estrangeiro. O essencial das ações da sociedade pertencia ao Estado, a alguns bancos e vários grupos industriais. Ao longo da década de 1920, a Ufa tornou-se a maior produtora de cinema da Europa, e desde a subida de Hitler ao poder, em 1933, até o final da II Guerra, permaneceu, junto com as outras produtoras menores, sob a égide do Ministério da Instrução e Propaganda do regime nacional-socialista.

Após a fundação da Ufa e o fim do conflito na Europa, as produções alemãs começam a chegar ao continente sul-americano, seguindo uma política da empresa de “expansão em todas as direções” (Kreimeier 1992: 76). No mercado brasileiro, produções alemãs da Ufa começaram a ser distribuídas em números modestos desde 1919, fruto da iniciativa da empresa brasileira distribuidora de filmes de diferentes países, Rombauer & Co., que também fechou contrato com a Ufa para distribuir alguns filmes nas temporadas dos três anos seguintes. Agentes e correspondentes de revistas alemãs especializadas em cinema – como a *LichtBild Bühne*, fundada em 1908, e a *Film Kurier*, fundada em 1919 – começavam a conhecer mais de perto o mercado brasileiro e se mostravam já nos primeiros anos da década de 1920 preocupados com o domínio quase absoluto dos filmes norte-americanos nos cinemas do país e com a parca inserção das produções alemãs. O mercado cinematográfico brasileiro nesse período já se encontrava organizado pela ação dos grandes estúdios de Hollywood (Paramount, Fox, Warner, RKO e Metro), que se estabeleceram no país ainda nos anos finais da I Guerra. Além de possuírem escritórios de representação exclusiva no país para a distribuição de seus filmes – o que não tinha uma contrapartida por parte empresas europeias – os estúdios norte-americanos tinham também a vantagem de produzir e oferecer uma quantidade muito maior de películas às casas exibidoras. Deste modo, a distribuição das produções norte-americanas mostrava-se muito mais competitiva em relação à de outros países produtores, como França, Alemanha, Dinamarca e Itália. Esses mesmos correspondentes viam o Brasil também como um importante mercado para as produções alemãs, principalmente devido à região sul do país, onde havia um grande número de descendentes alemães, logo um mercado em potencial para os filmes e conseqüentemente para o fortalecimento dos laços culturais entre os dois países. Por esses motivos, desde a chegada das primeiras produções alemãs aos cinemas brasileiros nos primeiros anos da década de 1920 e no decorrer dos anos seguintes, os correspondentes da indústria cinematográfica alemã reivindicavam a necessidade de se ter no Brasil um representante exclusivo, a exemplo das produtoras norte-americanas (Isolan 2011: 34).

As produções alemãs chegavam, portanto, aos cinemas brasileiros por intermédio de empresas distribuidoras que não eram exclusivas, ou seja, também distribuíam filmes de estúdios norte-americanos. Esse era o caso da Urania AG, fundada em Berlim em 1923, que se tornou a principal distribuidora de produções alemãs no Brasil ao longo da década de 1920 e que, atendendo parte das reivindicações dos correspondentes alemães, tinha um representante exclusivo para os estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina, onde havia grande número de imigrantes e descendentes (Isolan 2011: 33).

Em relação ao Brasil, não houve nesse primeiro momento e durante a década de 1920 uma política de divulgação para o cinema alemão nos termos do que seria uma política cultural exterior abrangente, planejada e coordenada pelos órgãos estatais alemães. A Ufa, que tinha o seu próprio Departamento Cultural (Kulturabteilung), era o próprio agente cultural que através do trabalho em conjunto com associações culturais

ou órgãos representantes do governo alemão, conseguia divulgar suas produções no Brasil, principalmente perante o público das regiões de imigração alemã. A inserção no crescente mercado cinematográfico brasileiro, todavia, apresentava ainda uma série de obstáculos.

Os agentes e correspondentes alemães, ao reportarem suas observações quanto às possibilidades de inserção dos filmes alemães no mercado brasileiro, ressaltavam as dificuldades das produtoras alemãs de obter preços fixos para o aluguel dos filmes, de concorrer com a grande quantidade de produções norte-americanas e de não ter um representante exclusivo. Além disso, faziam menções também à preferência do público brasileiro pelos filmes norte-americanos, os quais seriam mais palatáveis por serem mais leves e romantizados que as produções alemãs.<sup>4</sup> O próprio mercado cinematográfico brasileiro como um todo era visto como um reflexo dessa “americanização”. O projeto de construção da Cinelândia no Rio de Janeiro, por exemplo – do empresário Francisco Serrador, que transformou a partir de meados da década de 1920 um quarteirão do centro da cidade em local de grandes salas exibidoras – seria um grande exemplo dessa dominação cultural por parte dos grandes estúdios norte-americanos.<sup>5</sup>

Devido ao trabalho da Urania, contudo, as produções alemãs começaram a chegar em maior quantidade ao mercado exibidor brasileiro a partir da segunda metade da década de 1920. O próprio mercado distribuidor e exibidor brasileiro crescia e se desenvolvia principalmente através da iniciativa de proprietários de salas de cinema, alguns dos quais já construíam suas redes de cinemas que abrangiam mais de um estado do país – caso do espanhol radicado no Brasil, Francisco Serrador, um dos pioneiros do mercado exibidor brasileiro e de Luis Severiano Ribeiro, que se tornaria dono do maior *trust* de cinemas no país na década de 1930. Por intermédio da Urania, as produções da Ufa chegavam aos cinemas brasileiros e seguiam uma programação de exibições, podendo assim ficar mais tempo em cartaz. Também eram fechados contratos com outras casas exibidoras ou com outros donos de rede de cinemas em cidades como São Paulo, Rio de Janeiro e Porto Alegre. Junto à imprensa, era realizado um trabalho para uma cada vez maior divulgação dos filmes alemães. As possibilidades de exibição e divulgação iam, dessa maneira, aumentando, de forma que desde as consideradas obras “clássicas” do cinema mudo alemão dos anos 1920, até os filmes sonoros e as famosas “operetas” produzidos a partir dos anos finais da década, pudessem chegar ao público brasileiro<sup>6</sup>.

Atividades no sentido de uma política cultural começaram a ser então promovidas por órgãos alemães no Brasil. Em São Paulo, por exemplo, foi organizada de 9 a 15

<sup>4</sup> *Film Kurier*, Berlin, 2/10/1923; *LichtBild Bühne*, Berlin, 6/09/1924, p. 37.

<sup>5</sup> *LichtBild Bühne*, Berlin, 28/05/1926, p. 22.

<sup>6</sup> Filmes como *Dr. Mabuse (Mabuse)* (Ufa/1922), *A última gargalhada (Der letzte Mann)* (Ufa/1924), *Varieté* (Ufa/1925), *Faust* (Ufa/1926), *Metropolis* (Ufa/1927), *A noite é nossa (Die Nacht gehört uns)* (Ufa/1928), *Flor do Asfalto (Asphalt)* (Ufa/1929), *Anjo Azul (Der blaue Engel)* (Ufa/1929-30), *Os três do posto de gasolina (Die drei von der Tankstelle)* (Ufa/1930), *O vampiro de Düsseldorf (M-eine Stadt sucht einen Mörder)* (Nero-Film/1931), além de alguns *Kulturfilme* (documentários) são alguns exemplos que chegaram através da Urania e alcançaram sucesso no mercado brasileiro.

de abril de 1928 a “Semana Ufa”, patrocinada pela embaixada Alemã no Brasil para a estreia do filme *Fausto* (Ufa/1926)<sup>7</sup>. No Rio de Janeiro, a Urania promoveu em 17 de Agosto do mesmo ano a estreia de outra produção da Ufa, *Der Weltkrieg* (A Guerra Mundial), no Cine Glória, contando com a presença do então presidente do Brasil, Washington Luis, de ministros e representantes do corpo diplomático<sup>8</sup>.

O interesse da Ufa de efetivamente se colocar no mercado brasileiro de forma definitiva tentou se concretizar nesse mesmo ano de 1928, com o projeto de construção de uma casa de exibição exclusiva da produtora alemã no Rio de Janeiro – o que já havia em outras cidades, como Nova Iorque e Budapeste. O Teatro Lyrico, no Rio de Janeiro, estava sendo renovado e transformado em uma grande casa de eventos e a ideia seria comprá-lo em sociedade com a distribuidora alemã Rudolf Karstadt AG, que teria a licença exclusiva da Ufa para distribuir no Brasil as produções de 1928/29, e transformá-lo na casa exibidora exclusiva da Ufa. O projeto acabou sendo negado pela direção executiva da produtora alemã<sup>9</sup>. Não seria nesse momento, quando a Ufa passava por um processo de reestruturação e recuperação financeira após a crise que vivenciou em 1925/26, que a produtora alemã teria seu cinema exclusivo no Brasil. Isso aconteceria somente em 1936, com a construção do Ufa-Palast em São Paulo, um projeto levado a cabo por Ugo Sorrentino, fundador da Art Films, empresa distribuidora que seria a representante exclusiva da Ufa e o principal intermediário da política cultural alemã no que tange o cinema na década de 1930 no Brasil (Isolan 2011: 37).

## A ART FILMS – CINEMA E POLÍTICA CULTURAL SOB O NAZISMO

As reivindicações desde começos da década de 1920 dos correspondentes e observadores alemães de ter no Brasil um representante exclusivo para a distribuição dos filmes alemães foram finalmente atendidas com a fundação da Art Films em 1931, pelo italiano radicado no Brasil, Ugo Sorrentino. A Art Films substituiria a Urania, que se encontrava nesse momento em dificuldades financeiras.

O imigrante italiano, Ugo Sorrentino, chegou ao Brasil no começo dos anos 1920, em São Paulo. No final da década, trabalhava nas empresas da família Matarazzo, que desde o começo do século xx representavam um dos maiores complexos industriais do continente latino-americano, e que também começou a atuar no ramo cinematográfico, sendo responsável principalmente pela importação de filmes italianos. Provavelmente aí Sorrentino encontrou a porta para também entrar no ramo de importação de filmes. Sorrentino acabou fundando a Art Films em 10 de dezembro de 1931 e organizou sua empresa entre a central (situada no Rio de Janeiro), as filias (São Paulo, Juiz de Fora e Porto Alegre) e as Agências (Recife, Bahia e Blumenau). Cada uma dessas áreas

<sup>7</sup> *Estado de São Paulo*, São Paulo, 28/03/1928, p. 26.

<sup>8</sup> *Film Kurier*, Berlin, 20/09/1928.

<sup>9</sup> BA, R 109/I 1026 b.

era responsável pela distribuição dos filmes nos estados e cidades da região em que se situavam. Através de representantes, a Art Films também chegou a distribuir filmes em outras cidades da América do Sul. No Brasil, a empresa chegou a operar ao todo em cerca de 420 cidades e atuar com cerca de 770 salas de exibição, tendo entre seus clientes a rede de cinemas dos dois maiores exibidores do país, Luiz Severiano Ribeiro e Francisco Serrador.<sup>10</sup> Através da Art Films, e coincidindo com o período de expansão das “operetas” alemãs no mercado internacional, produzidas principalmente pela Ufa, as produções alemãs começaram a partir de então a ocupar seu lugar no mercado brasileiro. Principalmente entre os anos 1933 e 1936 – período de auge das relações comerciais entre Brasil e Alemanha – as produções alemãs chegaram em maior quantidade aos cinemas brasileiros e se tornaram, mesmo que em quantidade menor, as principais concorrentes das produções norte-americanas – nas décadas de 1920 e 1930, cerca de 80 a 90% dos filmes exibidos nos cinemas brasileiros eram oriundos dos estúdios de Hollywood, o restante procedia de outros países, em sua maioria, europeus.

Após a subida do nacional-socialismo ao poder na Alemanha, em 1933, as relações comerciais, políticas e diplomáticas entre Brasil e Alemanha intensificaram-se e atingiram seu auge até 1938. Essa crescente ascendência alemã sobre o Brasil – e sobre a América Latina – na década de 1930 preocupava o governo dos Estados Unidos, que estava empenhado em apagar as marcas de sua política intervencionista do *big stick* adotada nos primeiros trinta anos do século xx. O governo de Franklin Delano Roosevelt, eleito em 1933, estabeleceu a *política da boa vizinhança* em relação às nações latino-americanas, segundo a qual respeitava-se o direito à autodeterminação dos povos e o princípio da não-intervenção. Mantinham-se, contudo, os mesmos objetivos de minimizar a influência política e cultural europeia na América Latina, garantir a liderança norte-americana no comércio de mercadorias e a estabilidade política no continente (Moura 1991: 7). As relações econômicas bilaterais do Brasil com os Estados Unidos e com a Alemanha eram acompanhadas, portanto, por uma disputa pela influência política e cultural. Nesse contexto, o mercado cinematográfico brasileiro - e sul-americano - tornou-se importante para os interesses do Terceiro Reich no jogo político internacional. Para a Alemanha era importante entrar nessa *Kulturkampf*, inclusive através do cinema, para fortalecer os laços culturais entre os dois países e neutralizar a influência norte-americana. Essa preocupação com a *Kulturkampf* contra os EUA, como já mencionado, se fazia presente desde a década de 1920 nas discussões e tentativas de inserção do cinema alemão no mercado brasileiro.

A chegada dos nacional-socialistas ao poder não provocou rupturas diretas e imediatas à política externa alemã praticada até então. O regime nacional-socialista iniciará, porém, uma reestruturação do estado alemão com a criação de novas instituições estatais com forte influência partidária. Um dos exemplos é o Ministério da Instrução

<sup>10</sup> BA, R 109 I – 0525. Brasilien: Bericht über Prüfung der Bilanz sowie Verlust- und Gewinn-Rechnung per 31. Dez 1937 sowie Rohbilanz per 31. März und 31. Mai 1938 bei der Firma Ugo Sorrentino-RJ / UFA Revisions-Abteilung, p. 8.

e Propaganda, criado em março de 1933, e que terá grande influência nas atividades do governo relacionados à propaganda do regime e também na política cultural exterior. A criação do Ministério para Instrução e Propaganda, semanas após a nomeação de Hitler como Chanceler, vai acabar incidindo em praticamente toda política cultural alemã, e o cinema e a Ufa serão um dos seus alvos principais, o que terá reflexos tanto na reestruturação da Ufa sob o governo nazista, como na sua atuação e inserção em países estrangeiros.

No final de 1933 já estava a estrutura do que seria o cinema sob o nacional-socialismo, ancorada em três órgãos: o Ministério da Instrução e Propaganda que, sob comando de Joseph Goebbels, controlava todas as fases da produção de filmes; subordinados a ele, a Reichskulturkammer (Câmara de Cultura do Reich), que regulamentava as questões econômicas e sociais das atividades culturais e a Reichsfilmkammer (Câmara de Cinema do Reich), órgão específico para o cinema responsável pela organização, regulamentação, censura, produção e comercialização de filmes. A partir de então começou uma gradativa centralização da indústria cinematográfica alemã e um direcionamento das produções com os interesses políticos do estado. Em março de 1934 entraram em vigor leis para as produções cinematográficas, que além de censurar ou proibir filmes, exigiam e premiavam filmes considerados de alto valor artístico ou político para o estado. O controle ideológico do cinema por parte da ditadura nazista demorou, todavia, alguns anos para se realizar, e andou em parte junto com a recuperação econômica pretendida pelo governo. O saneamento das finanças da indústria cinematográfica e a eliminação das pequenas firmas produtoras eram metas almejadas pelo estado em prol das duas maiores firmas alemãs de cinema, a Ufa e a Tobis. Logo após chegar ao poder, o governo nacional-socialista adquire a Tobis. Mas foi com a estatização da Ufa, em março de 1937,<sup>11</sup> que a indústria cinematográfica alemã vai passar a partir dos anos seguintes a seguir de forma cada vez mais uniforme as diretrizes e a *écriture* ideológica do Ministério da Instrução e Propaganda do Reich, apresentando produções “sincronizadas” de propaganda do regime e obedecendo as decisões finais do Ministério sobre os planos de produção (Kreimeier 1992: 187) – inclusive sobre sua expansão em mercados estrangeiros.

Até esse momento, enquanto o governo nazista ia impondo em seus primeiros anos sua política e tomando conta da Ufa, crescia a importância do mercado cinematográfico brasileiro para a Alemanha na *Kulturkampf* pelo cinema. Tal importância era atestada pelo fato de que o representante e distribuidor da Ufa no Brasil, Ugo Sorrentino, viajava a Berlim e negociava pessoalmente com o Ministro da Propaganda alemão, Joseph Goebbels, os filmes que seriam distribuídos no Brasil. Desta forma, foi possível levar aos cinemas brasileiros ao longo da década de 1930 vários dos filmes produzidos

---

<sup>11</sup> Em março de 1937, um *holding* de empresas chamado Cautio Treuhand GmbH adquire para o governo do Reich a Ufa, Terra, Tobis e Bavaria – as maiores firmas alemãs de cinema. Aos poucos, as pequenas firmas foram sendo fechadas. Em 1939, as quatro grandes firmas controlavam 73% da produção nacional de filmes, ficando o restante para 18 firmas menores.

sob o nazismo, tanto os chamados “filmes de propaganda” do regime (*Propagandafilme*), como os “filmes de entretenimento” (*Unterhaltungsfilme*) e as operetas (comédias musicais), além de documentários e filmes educativos (*Kulturfilme*) e dos “jornais de tela” ou “jornais cinematográficos” (*Ufa-Wochenschauen*) – as operetas e outros filmes de entretenimento representavam a maioria dos filmes alemães distribuídos no Brasil.<sup>12</sup> Através do trabalho de distribuição da Art Films, portanto, as produções passaram a ser exibidas nos grandes cinemas do país e atendiam aos objetivos da política cultural exterior do regime nacional-socialista.

Uma estratégia dessa política cultural, levada a cabo desde a década anterior, foi mantida. Caso, por exemplo, da exibição do filme *Heróis do Mar* (*Morgenrot*, Ufa/1932), cuja pré-estreia no Cine Alhambra, no Rio de Janeiro, no dia 30 de maio de 1933 – alguns meses após a subida de Hitler ao poder na Alemanha –, foi oferecida como exibição especial para as autoridades da Marinha de Guerra do Brasil, com a presença do Ministro da Marinha, oficiais e marinheiros<sup>13</sup>. Produzido ainda antes da ascensão do nacional-socialismo na Alemanha, *Morgenrot*, foi o primeiro filme de propaganda para o regime nacional-socialista produzido pela Ufa. Não apenas *Morgenrot* foi prestigiado pelas autoridades brasileiras. As estreias das operetas *Ihre Hochheit befiehlt* (Ufa/1931), em julho de 1933, e *Uma canção para você* (*Ein Lied für Dich*; Cine-Allianz/1933), em novembro de 1934, foram eventos sociais que contaram com a presença do presidente Getúlio Vargas e do corpo diplomático<sup>14</sup>.

Era um período de gradativa evolução nas relações comerciais entre Brasil e Alemanha, as quais traziam também progressos constantes nas relações políticas. O governo Vargas mantinha também aproximações políticas e ideológicas com o regime nacional-socialista. Essa aproximação começou a ter problemas nos anos 1937 e 1938, quando a implementação do Estado Novo e sua política de nacionalização colocariam as relações entre os dois países em uma crise que se mostraria irreversível nos anos seguintes.

Aproveitando principalmente esse período de boas relações, os órgãos de representação do governo alemão – consulados, vice-consulados e a seção do Partido Nazista no Brasil – também trabalhavam para a exibição das produções alemãs, tanto nas grandes cidades, como nas regiões de imigração alemã. Nessas últimas, clubes e associações alemãs tradicionais, fundadas há décadas para a divulgação e fortalecimento do *Deutschtum* (Germanismo) entre as populações de ascendência alemã, se tornavam muitas vezes locais de encontros e divulgação da propaganda nazista no Brasil, e a exibição de filmes e documentários sobre a Alemanha de Hitler e o Partido Nazista também fazia parte das atividades. As células do Partido, em trabalho conjunto com os consulados e vice-consulados, promoviam exibições gratuitas desses filmes e documentários em

<sup>12</sup> Os vários filmes produzidos sob o nacional-socialismo, tanto os filmes de “entretenimento” (*Unterhaltungsfilme*), como os de “propaganda”, serviam direta ou indiretamente aos interesses do regime e de sua ideologia. Aqui me refiro aos filmes de “propaganda” àqueles, cujos enredos abordavam temas eminentemente políticos ou eram alusivos à Alemanha nazista e ao Partido Nazista.

<sup>13</sup> *Diário de Notícias*, Rio de Janeiro, 31/05/1933.

<sup>14</sup> *LichtBild-Bühne*, Berlin, 8/07/1933; *Film Kurier*, Berlin, 13/11/1934.

cinemas e escolas das regiões de “colonização alemã” - entre essas produções destacavam-se o filme Mocidade Heróica (*Hitlerjunge Quex*, Ufa/1933), o primeiro filme de propaganda nazista produzido pela Ufa patrocinado pelo recém empossado novo regime; e os documentários *Deutschland erwache!* (Alemanha desperta!/1933) e *Echo der Heimat* (Ecos da Pátria/1936) (Isolan 2011: 74).

Mas foi através do trabalho da Art Films que as produções alemãs consolidaram seu espaço no mercado exibidor brasileiro como um todo. Entre 1934 e 1937, a Art Films distribuiu no país 24 filmes da Ufa e 20 filmes de outras produtoras alemãs, como a Tobis e a Deka. A grande maioria dessas produções eram filmes de entretenimento ou musicais e dentre esses, os que tiveram maior sucesso comercial foram os filmes da atriz Martha Eggerth, já de grande sucesso internacional. Dentre as poucas produções exibidas nesses anos no Brasil que poderiam ser consideradas como “políticas” ou “de propaganda” para o regime alemão, duas ocuparam grande espaço na imprensa brasileira com anúncios e comentários: Heróis sem Pátria (*Flüchtlinge*, Ufa/1933) e O velho e o novo rei (*Der alte und der junge König*, Deka-Film/1934-35)<sup>15</sup>. Percebe-se a colocação em prática de um trabalho de política cultural que seguia o próprio projeto de Goebbels para a produção cinematográfica alemã, qual seja, produzir e conquistar espaços no mercado cinematográfico por meio de filmes que, em sua grande maioria fossem considerados de entretenimento, e não explicitamente de propaganda.

A imagem da Alemanha no exterior também fazia parte das preocupações da política cultural. Os órgãos de representação diplomática do governo alemão no Brasil – a “Legação Alemã” no Rio de Janeiro foi promovida à embaixada em 1936, comprovando o fortalecimento das relações diplomáticas entre os dois países nesse período – se mostravam vigilantes quanto à imagem da Alemanha que era veiculada nos cinemas, principalmente por meio de algumas produções norte-americanas e inglesas. Com esse intuito, os representantes diplomáticos alemães, desde 1931 até o fim da década, enviavam telegramas de protesto aos órgãos de censura e mesmo aos Ministérios da Justiça e das Relações Exteriores brasileiro, solicitando a proibição de filmes ou a censura de algumas cenas que, segundo eles, ridicularizavam e ofendiam a imagem da Alemanha ou de seu exército. O primeiro filme que motivou protestos por parte da representação diplomática alemã foi Anjos do Inferno (*Hell's Angels*, United Artist/1929-1930), exibido no Brasil em 1931 e que acabou não tendo cenas censuradas, nem sendo proibido. Nos anos seguintes, porém, para evitar futuras reclamações e desconfortos diplomáticos com o mais novo e forte parceiro comercial, o Ministério das Relações Exteriores do Brasil acabaria ao longo da década atendendo aos pedidos de censura de cenas de filmes “ofensivos” à Alemanha ou mesmo de proibição de suas exhibições – mesmo quando as relações entre os dois países entraram em crise no fim dos anos 1930<sup>16</sup>.

<sup>15</sup> BA, R 101-0525

<sup>16</sup> Entre as produções que tiveram os pedidos de censura ou proibição, estão: *Mamba* (Tiffany Products Ltda); *Companheiros de Guerra* (Metro); *The W. Plan* (Britisch International Pictures Ltda/1930); *Prisioneiros* (*Captured*; First National Pictures); *Prisioneiros de Guerra* (*Everything is Thunder*; Gaumont

## O UFA-PALAST E O COMEÇO DA CRISE

O espaço conquistado pelas produções alemãs no mercado cinematográfico brasileiro na primeira metade da década de 1930 seria coroado com o projeto de construção de um Ufa-Palast em São Paulo – um grande “palácio” de cinema inspirado no Ufa-Palast de Berlim. A iniciativa de Ugo Sorrentino encontrou o respaldo dos diretores da produtora alemã em Berlim, que teriam finalmente no Brasil uma sala exclusiva para exibir as produções alemãs e um projeto de construir outras salas nas cidades de Recife, Campinas e Rio de Janeiro. A construção foi iniciada em maio de 1936 e concluída em outubro do mesmo ano. Com mais de 3.100 lugares e uma arquitetura moderna, o Ufa-Palast inaugurou a era dos grandes palácios de cinema em São Paulo – menos de dois anos depois, seria inaugurado na cidade o Cine Metro, grande casa exibidora do estúdio de Hollywood (Simões 1990: 35). A inauguração do cinema ocorreu em 13 de novembro de 1936, com a exibição do filme-opereta da Ufa *Bocaccio* (1936) e contou com a presença de autoridades brasileiras, além do diretor geral da Ufa e do diretor do Departamento para o Exterior (Auslandsabteilung) da produtora alemã. Tanto o *Deutsche Zeitung*, jornal de São Paulo editado em alemão, como o *Film Kurier* de Berlim, viram no Ufa-Palast um símbolo do intercâmbio cultural entre Brasil e Alemanha e um instrumento “para o entendimento mútuo e para a contínua da aproximação amistosa entre os dois povos”.<sup>17</sup>

As expectativas, porém, foram frustradas em pouco tempo. A Art Films de Sorrentino, responsável pela construção do Ufa-Palast, entregou para a empresa Serrador S.A., de Francisco Serrador, a gerência comercial da casa ainda em finais de 1936. É difícil dizer se houve um acordo prévio entre as duas empresas, ou se a força do “circuito Serrador” e seus contratos com os poderosos estúdios de Hollywood se faziam necessários para que o Ufa-Palast fosse financeiramente viável. Fato é que os custos para a construção de outros Ufa-Paläste e as relações comerciais entre a Art Films e Francisco Serrador, que se tornou responsável pelos negócios da casa exibidora em São Paulo, fizeram com que o Ufa-Palast não se tornasse uma casa de exibição exclusiva da Ufa, uma vez que a partir de março de 1937 apresentaria também filmes de produtoras norte-americanas e alguns filmes franceses. A falência do projeto inicial do Ufa-Palast e dos planos de construção de outros Ufa-Paläste em outras cidades do país será o começo da crise nas relações entre a indústria cinematográfica alemã e seu representante no Brasil, Ugo Sorrentino, presidente da Art Films.

Somam-se a isso as mudanças na conjuntura política, que nesse momento começaram a prejudicar as relações entre Brasil e Alemanha, o que também traria consequências para a distribuição dos filmes alemães no país. Em novembro de 1937, o presiden-

---

British Picture/1936); *Depois...* (*The Road Back*; Universal Pictures of Brasil/1937). A exibição da produção de Charles Chaplin, *O Grande Ditador* (United Artists/1940), foi liberada pelo governo brasileiro apenas em maio de 1942, três meses após o rompimento das relações diplomáticas com a Alemanha.

<sup>17</sup> *Deutsche Zeitung*, São Paulo, 31/10/1936.

te Getúlio Vargas resolve a questão das eleições para a sucessão presidencial com um golpe para se manter no poder. Estava fundado o Estado Novo e com ele um projeto nacionalista para o país que, no plano prático, tinha por objetivo a implantação de um complexo siderúrgico e a modernização do aparelho militar brasileiro. Com essas metas, Vargas dava continuidade à sua política pragmática frente a potências como EUA e Alemanha – após a implementação do Estado Novo, o governo dos Estados Unidos, seguindo seus planos de âmbito continental, irá pressionar o governo brasileiro na tentativa de extirpar a influência dos países do Eixo no país e levar o governo brasileiro a aderir à estratégia de defesa do continente, o que implicava concessões amplas de natureza política, militar e econômica.

Ainda no ano anterior, em meados de 1936, havia surgido uma questão que traria problemas futuros para as relações germano-brasileiras: a questão das nacionalidades dos “alemães” no Brasil, os quais para a Alemanha, mesmo os descendentes, eram considerados cidadãos do III Reich pelo *jus sanguinis*. Devido aos objetivos de coesão nacional do regime varguista após o Estado Novo no ano seguinte, a questão das minorias – ou dos “quistos étnicos” –, se tornou um problema central do novo governo. O decreto n. 383 de abril de 1938 proibiu oficialmente as atividades políticas de instituições estrangeiras em solo brasileiro. Nos meses seguintes, começava o controle das autoridades brasileiras sobre as línguas estrangeiras – foram proibidos material didático e periódicos em língua estrangeira e tornado obrigatório o ensino primário ser ministrado somente em português. Tais medidas chocavam-se com as atividades e interesses de órgãos e instituições alemãs que atuavam no país, cujas atividades culturais e políticas passaram a ser proibidas. O próprio Partido Nazista no Brasil, órgão representante do governo alemão, foi proibido. A proibição do Partido Nazista no Brasil – a exemplo de outras instituições – não significou a supressão de suas atividades, pois estas foram realocadas. O líder do Partido no Brasil, Hans Henning von Cossel, por exemplo, passou a trabalhar como adido cultural da embaixada alemã no Rio de Janeiro.

A Alemanha adotou uma postura intransigente frente às medidas do governo brasileiro, e o ano de 1938 foi o começo de uma crise política entre os dois países que se tornaria irreversível, da mesma forma que se tornaria irreversível o decréscimo das relações comerciais entre Brasil e Alemanha – inclusive em relação ao mercado cinematográfico. Um outro fator importante para essa crise foi a tentativa do *putsch* integralista em maio de 1938 contra o governo Vargas. A tentativa de golpe por parte da Ação Integralista Brasileira, uma espécie de versão brasileira do fascismo e que conseguiu um grande número de adeptos nas regiões de colonização alemã, fez com que setores do governo brasileiro mais inclinados a um alinhamento com os EUA passassem a acusar o próprio governo do Reich de ser um dos mentores do golpe.

Enquanto a embaixada alemã no Brasil se preocupava em tentar reverter a situação frente ao governo brasileiro, principalmente no que dizia respeito à proibição do Partido Nazista no Brasil, considerado pelo regime alemão como o representante do governo do Reich, a Ufa tentava reverter a situação difícil em que se encontravam os

seus negócios no mercado brasileiro, seja pelas perspectivas políticas desabonadoras que a situação no Brasil apresentava, seja pela situação difícil em que se encontrava o projeto do Ufa-Palast em São Paulo e em outras cidades.

Em junho de 1938, em meio ao começo da crise nas relações entre Brasil e Alemanha, o departamento financeiro (Revisions-Abteilung) da Ufa elaborou um detalhado balanço sobre as finanças da Art Films no Brasil, principalmente em relação ao período de dezembro de 1937 e dos meses de março a maio de 1938<sup>18</sup>. O balanço, uma espécie de dossiê sobre a Art Films, trazia o histórico da fundação da empresa, sua organização interna, suas relações com os representantes e clientes no Brasil, um balanço financeiro anual desde sua fundação e sua posição no mercado brasileiro como distribuidora de filmes. O balanço mencionava as mudanças da conjuntura política brasileira e previa futuras dificuldades para exibições de produções alemãs no Brasil. Nesse contexto, apresentava alguns motivos para a crise financeira em que se encontrava o projeto de construção dos outros Ufa-Paläste em outras cidades: Ugo Sorrentino não teria mais condições financeiras de investir na construção de novos cinemas para a Ufa, e estava tendo que lidar com o processo judicial que já corria entre a Art Films e a empresa de Francisco Serrador pela direção do Ufa-Palast. Pelos cálculos feitos, o Ufa-Palast em São Paulo não atingiria a receita planejada até o final de 1940 e além disso os altos custos que a Art Films estava tendo para a construção da sala de cinema em Recife deixava os planos de construção dos cinemas no Rio de Janeiro e em Campinas suspensos.

O relatório reconhecia, contudo, os resultados positivos e os sucessos financeiros do trabalho de Sorrentino na distribuição das produções alemãs no Brasil desde 1932 até aquele momento. Porém, a forma como Sorrentino conduzia o projeto do Ufa-Palast em São Paulo e de construção de outros em outras cidades, bem como a organização interna e o *modus operandi* com que Sorrentino dirigia a empresa e suas contas não estavam no agrado dos agentes da Ufa. Mesmo reconhecendo que a situação dos filmes alemães no Brasil estava sendo prejudicada por questões não apenas financeiras, mas também políticas, a conclusão do dossiê era que Sorrentino não tinha mais condições de ser o homem de confiança dos dirigentes da indústria cinematográfica alemã. Cabia então encontrar outro intermediário de confiança para o mercado brasileiro, e o dossiê já indicava o nome de “um ariano cidadão do Reich”<sup>19</sup> que há oitos anos trabalhava como procurador comercial da Warner Brothers. Esse cidadão, de nome Winkelmann, seria dali em diante confirmado como o novo nome da Ufa no Brasil.

As tentativas de acertar a distribuição de filmes alemães e de resolver o caso com Sorrentino nesse período de crise diplomáticas e comerciais com o Brasil se tornaria uma preocupação permanente não apenas da Ufa, mas também da Organização do Partido Nazista no Exterior (NSDAP-AO), que irá tentar junto com a Ufa garantir a

<sup>18</sup> BA R 109/I 525. Über Prüfung der Bilanz sowie Verlust- und Gewinn-Rechnung per 31. Dez 1937 sowie Rohbilanz per 31. März und 31. Mai 1938 – Bei der Firma Ugo Sorrentino-RJ. Ufa / Revisions-Abteilung.

<sup>19</sup> Idem.

exibição de filmes alemães nos cinemas brasileiros<sup>20</sup> – em janeiro de 1937, a NSDAP-AO havia sido integrada ao Ministério das Relações Exteriores com a nomeação de seu chefe, Ernst Bohle, para secretário de estado, fortalecendo assim o aparato de propaganda nacional-socialista dentro da política do ministério, o que seria reforçado em fevereiro de 1938, com a nomeação de von Ribbentrop como ministro das Relações Exteriores do Reich.

Em janeiro de 1939 se resolve o processo judicial entre Sorrentino e Francisco Serrador. Após um acordo entre as partes, o Ufa-Palast foi integrado à rede de cinemas de Serrador. A grande “casa exibições da Ufa”, que não havia se tornado um cinema exclusivo das produções alemãs, teve vida curta, e plano de construir outros cinemas da Ufa também teve que ser abandonado. Não era simples para a Ufa, entretanto, cortar em definitivo as relações com o presidente da Art Films, uma vez que este era ainda o distribuidor das produções alemãs no Brasil, havia ainda contratos a serem cumpridos e não havia ainda um substituto. Para a direção da Ufa já estava claro, porém, que novos contratos com Sorrentino não seriam mais fechados. Enquanto se arrastava a questão da indústria alemã com Sorrentino, Winkelmann já se tornava em 1939 o homem de confiança da Ufa no Brasil, porém não atuaria como um novo distribuidor, mas como um agente que trabalhava enviando relatos sobre a situação das produções alemãs e suas possibilidades de distribuição e exibição.

Ugo Sorrentino via que o futuro dos filmes alemães no Brasil não apresentava boas perspectivas e em agosto de 1939, em uma viagem a Berlim, ele comunicou à direção da Ufa que não tinha mais interesse nas produções alemãs. O presidente da Art Films começava, por seu lado, também a se afastar dos negócios com a indústria cinematográfica alemã. A Art Films, porém, tinha ainda contratos a cumprir com a Ufa e a Tobis para exibição de alguns filmes no Brasil até 1940. Sorrentino havia ainda solicitado a entrega de alguns *Wochenschauen* (jornais de tela) até setembro de 1939, pois teria contratos de exibição fechados com alguns cinemas. A solicitação foi atendida a pedido do Ministério da Propaganda alemão<sup>21</sup>. Nesse contexto, com a Ufa já estatizada e a iminência do conflito na Europa, o Ministério da Propaganda – a quem a produtora alemã estava subordinada – centralizava cada vez mais as decisões sobre as questões relativas à indústria cinematográfica, inclusive para o Brasil.

<sup>20</sup> Em 1931 foi criada na Alemanha o Departamento para o Exterior do NSDAP (Partido Nazista), responsável pelas atividades junto aos alemães no exterior. Em 1934, o Departamento foi denominado Organização do Partido Nazista no Exterior (Auslandsorganisation der NSDAP-AO). Em 1935, a AO altera seu status de Departamento e é integrada ao Partido Nazista (NSDAP) como *Gau*, ou seja, uma “área” dentro da administração do Partido Nazista – a NSDAP-AO atuava em vários países e era dividida em *Gauen*, que se dividiam em “grupos locais” (*Ortsgruppen*), que por sua vez se dividiam em células (*Zellen*). Na organização hierárquica do III Reich, o chefe (*Leiter*) da AO, Ernst Wilhelm Bohle (junto com outros 18 *Reichsleitern*), se situava logo abaixo do vice de Hitler, Rudolf Hess. O objetivo das AO era divulgar o pangermanismo sob a ótica nacional-socialista, criar uma grande “comunidade popular” (*Volksgemeinschaft*), que integraria por meio do *jus sanguinis* os alemães do exterior, e centralizar a propaganda e as atividades políticas no exterior.

<sup>21</sup> BA, R 109/I-1611, (Sitzung Ufa) *Punkt 3 Brasilien*, 16/08/1939.

Quando eclode a guerra na Europa em setembro de 1939, a situação dos filmes alemães no Brasil, portanto, já estava em crise, mesmo que os *Ufa-Wochenschauen* e certas produções ainda alcançassem sucesso – entre essas últimas, destacaram-se os filmes Juventude Ardente (*Jugend*; Tobis/1937-38) e Sinfonia inacabada (*Es war eine rauschende Ballnacht*; Ufa/1939), exibidas nos cinemas brasileiros em 1939 e 1940, respectivamente. Com a guerra na Europa, irá diminuir o número de produções alemãs no mercado cinematográfico brasileiro. Porém, a falta de alternativas melhores que a Art Films para distribuição dos filmes, as dificuldades de fechar novos contratos de exibição e a intenção de não ceder completamente o campo à propaganda norte-americana, farão com que as produções alemãs ainda chegassem por meio da empresa de Sorrentino aos cinemas brasileiros até finais de 1941. Até lá, a NSDAP-AO e o consulado alemão no Brasil atuarão como agentes da indústria cinematográfica alemã e do Ministério da Propaganda nas tentativas de manter a distribuição e exibição dos filmes no Brasil. Foi a NSDAP-AO, por exemplo, que em começos de 1940 se colocou contra a posição dos diretores da Ufa e convenceu a produtora alemã a seguir negociando com o presidente da Art Films. Seria a possibilidade, segundo a organização do Partido Nazista, de pelo menos garantir a chegada das produções alemãs aos cinemas brasileiros<sup>22</sup>. Nos anos de guerra – inclusive de “guerra cultural” contra a propaganda norte-americana – e de crise das relações com o Brasil, a política (cultural exterior) do governo do Reich se impunha perante os interesses mais comerciais da indústria cinematográfica alemã.

Essa política, contudo, não se mostraria de todo unificada ou cumprindo com rigidez suas diretrizes hierárquicas. Nesse contexto de crise, começaram também a aparecer as dificuldades do governo do Reich em coordenar a exportação e a distribuição das produções alemãs no Brasil. Erros de comunicação, desacordos e discussões entre o novo homem de confiança da Ufa no Brasil, o consulado alemão e o Ministério da Propaganda do Reich mostravam os limites dessa política de centralização por qual a indústria de cinema alemã passava, bem como os limites de sua política cultural exterior, que se pretendia também centralizada e com instâncias decisórias hierarquizadas.

Todas essas dificuldades para manter a exibição dos filmes alemães no Brasil tinham que lidar ainda com as pressões norte-americanas sobre o governo brasileiro, que reforçavam sua política de aproximação com o Brasil e pressionavam para o rompimento com o governo do Reich. Os Estados Unidos, principalmente a partir do final da década de 1930 e nos anos da II Guerra, lançarão mão de uma intensa e abrangente política cultural para os países latino-americanos, da qual o cinema de Hollywood será um dos principais agentes. Em agosto de 1940, o governo Roosevelt criou o Office for Coordination of Commercial and Cultural Relations between the American Republics, destinado a promover e coordenar as atividades para uma “cooperação interamericana” nos planos econômicos e culturais. O Office foi entregue a Nelson Rockefeller, que através das atividades da Rockefeller Foundation em vários países latino-americanos havia desenvolvido já em 1937 um programa interamericano, no qual tanto o governo

<sup>22</sup> BA, R109/1-1611. Brasilien. 16/01/1940.

como a iniciativa privada deveriam fazer parte (Lübken 2004: 356). No ano seguinte, em 1941, o Office mudou de nome para Office of the Coordinator of Inter-American Affairs, e estava subordinado ao Conselho de Defesa Nacional dos Estados Unidos<sup>23</sup>. Além de iniciativas econômicas, o Office deu grande atenção ao seu Departamento de Comunicação, que era formado pelas Divisões de Imprensa, Radio e Cinema. O objetivo da Divisão de Cinema era, entre outros, aumentar e promover a produção e a distribuição de filmes, documentários e “jornais de tela” sobre as relações dos Estados Unidos com os outros países americanos, impedir e eliminar a exibição das produções dos países do Eixo no mercado cinematográfico latino-americano. Através do trabalho do *Office*, as portas dos cinemas brasileiros se fechavam cada vez mais para as produções alemãs. O Ministério da Propaganda do Reich e a indústria cinematográfica alemã não tinham condições de fazer frente às investidas do governo norte-americano e sua poderosa indústria de cinema, mas não pouparão esforços para manter o cinema alemão como um instrumento dessa *Kulturkampf*. O governo do Reich e seus representantes no Brasil tentariam suas últimas cartas.

## O REICH E A ‘GUERRA TOTAL’ NOS CINEMAS

Após o começo da guerra na Europa e com o bloqueio continental imposto pela Inglaterra e a pressão das produtoras e órgãos oficiais norte-americanos sobre os proprietários de cinemas, o número de produções alemãs exibidas nas salas de cinema brasileiras era cada vez menor. Grandes produções alemãs não chegavam mais com tanta frequência ao país e perdiam espaço para produções francesas. Os cinemas muitas vezes recorriam às reprises de filmes alemães já exibidos em anos anteriores. Telegramas dos consulados alemães de Rio de Janeiro, São Paulo e Curitiba chegavam ao Ministério da Propaganda do Reich e à direção da Ufa relatando as condições desfavoráveis para exibições de produções alemãs e pedindo medidas para reverter a situação.

O Ministério da Propaganda do Reich e os órgãos de representação do governo alemão no Brasil seguiam buscando alternativas para a distribuição das produções alemãs no país. A intenção do Ministério da Propaganda do Reich de coordenar e centralizar o envio e os negócios de distribuição no estrangeiro tinha que lidar algumas vezes com os atritos e desacordos entre os órgãos e representantes alemães responsáveis pela distribuição dos filmes no Brasil.

Quando o Partido Nazista foi proibido no Brasil, parte de suas atividades foram deslocadas para a embaixada alemã no Rio de Janeiro com a nomeação do seu antigo líder como adido cultural. A preocupação com a propaganda alemã no país – caso da distribuição dos filmes – fazia com que a embaixada alemã tomasse iniciativas para trazer e distribuir os filmes e os “jornais de tela” (*Ufa-Wochenschauen*). Dois acordos

<sup>23</sup> Em 1944 mudou novamente de nome para Office of Inter-American Affairs e em 1946 encerrou suas atividades.

que tiveram participação da embaixada alemã causaram discussão com a Ufa, ambos em meados de 1940: um com a Italfilm, distribuidora fundada por empresários da “colônia” italiana de São Paulo que trazia filmes italianos para o Brasil através da companhia de aviação italiana, Lati (Linee Aeree Transcontinentali Italiane); e outro com a Cineac, empresa proprietária de um cinema localizado no Rio de Janeiro - e a partir de 1941 também em São Paulo - que exibia programações contínuas, como desenhos, *shorts*, e “jornais de tela”. Ambos permitiram que algumas produções alemãs e um maior número de *Ufa-Wochenschauen* chegassem aos cinemas brasileiros<sup>24</sup>.

As propostas de acordo com a Italfilm e os negócios com a Cineac causaram, contudo, uma discussão entre a direção da Ufa e a embaixada alemã no Rio de Janeiro. A forma como a embaixada intervinha na distribuição de filmes no Brasil, e nos negócios com a Cineac, não agradava à produtora alemã. Além disso, a direção da Ufa afirmava que a embaixada alemã no Brasil exigia que a produtora alemã se afastasse de Sorrentino sem oferecer uma alternativa.<sup>25</sup> Atendendo as reclamações da Ufa, o Ministério da Propaganda exigiu que o Ministério das Relações Exteriores alemão intervisse e cuidasse para que os casos de conflitos fossem resolvidos em Berlim.<sup>26</sup>

Em finais de 1940, um outro exemplo dos conflitos internos que a política cultural exterior do Reich teve que enfrentar no Brasil foi em relação aos *Ufa-Wochenschauen*<sup>27</sup>. Nos cinemas brasileiros, a garantia de exibição de *Wochenschauen*, os quais reportavam os acontecimentos no campo de batalha e muitas vezes supriam a falta de filmes alemães em várias localidades do país, tornou-se umas das prioridades dos órgãos alemães no Brasil. Uma das estratégias da embaixada alemã no Rio de Janeiro era receber os *Ufa-Wochenschauen*, financiar as cópias e distribuir para os consulados de outras regiões do país. Estes por sua vez distribuíam para proprietários de cinemas ou exibidores “ambulantes” do interior, ou mesmo alugavam cinemas e promoviam sessões contínuas e gratuitas – o que fez do Brasil o país da América do Sul a exibir em maior quantidade os “jornais de tela” alemães. A ideia, porém, de promover exibições gratuitas ou subvencionadas pela embaixada alemã não agradou alguns exibidores brasileiros, que atuavam, por exemplo, em Minas Gerais e no interior da Bahia, e que reclamaram junto ao representante da Ufa no Brasil, Winkelmann, sobre os prejuízos que seus cinemas estavam tendo, uma vez que não tinham como concorrer com as exibições mais baratas ou mesmo gratuitas subvencionadas pela embaixada alemã.<sup>28</sup> A discussão chegou até os

<sup>24</sup> BA, R 109I-1611. Telegram von Deutscher Botschaft (Rio de Janeiro) an das Auswärtigen Amt (Berlin). 15/05/1940 e BA R 109I-1611. Verschiedenes. 28/05/1940.

<sup>25</sup> BA R 109I-1611. Brasilien 4/06/1940.

<sup>26</sup> BA, R 109 I-1611. Telegramm von Reichskulturkammer, Reichsfilmkammer – Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda an die Herren Mitglieder des Zentralausschusses, 12/06/1940.

<sup>27</sup> Com a guerra, começou na Alemanha o auge das produções dos *Wochenschauen*. Em novembro de 1940, as quatro firmas alemãs de *Wochenschauen* existentes, Ufa, Tobis, Fox e Deulig foram unificadas sob o nome de Deutschen *Wochenschauen*, que também foi colocado sob o controle do Ministério da Instrução e Propaganda.

<sup>28</sup> BA 109I-1611. 12/10/1940 e 20/11/1940.

Ministérios do Exterior e da Propaganda em Berlim e acabou colocando inicialmente de um lado a Ufa, os exibidores brasileiros e o Ministério da Propaganda, e de outro a embaixada alemã. A discussão durou ainda um certo tempo até que se chegasse a um diagnóstico e uma resolução que indicasse um caminho unificado dos órgãos do governo alemão, pelo menos em relação à distribuição dos *Ufa-Wochenschauen* no Brasil nesse momento. Em um comunicado de março de 1941 ao Ministério do Exterior, a embaixada alemã afirmava que nunca havia prejudicado os negócios da Ufa na distribuição dos *Ufa-Wochenschauen* e que graças a seu trabalho e ajuda financeira foi possível garantir a exibição deles em mais de 300 cinemas no país. Afirmava ainda que se a Ufa desejasse manter a exibição visando apenas interesses comerciais, só conseguiria sucesso na capital, Rio de Janeiro, e em alguns outros lugares (com o mesmo porte de público).<sup>29</sup> No mês seguinte, o Ministério das Relações Exteriores, em um telegrama dirigido ao Ministério da Propaganda, aceita e acaba apoiando a posição da embaixada no Brasil, uma vez que esta corresponderia aos objetivos da política cultural alemã nos cinemas brasileiros.<sup>30</sup> O Ministério da Propaganda, por sua vez, se dirige finalmente à Ufa, solicitando que seu representante no Brasil – que teria começado toda a discussão com informações infundadas – assumira as consequências e tome precauções para que tais desentendimentos não ocorram, senão o Ministério da Propaganda não estaria mais em condições de defender as reivindicações da indústria cinematográfica alemã perante o Ministério das Relações Exteriores e as “missões alemãs no estrangeiro”.<sup>31</sup>

Apesar das discussões internas entre os órgãos alemães, foi possível levar aos cinemas brasileiros um número maior de filmes e principalmente de *Ufa-Wochenschauen* no ano de 1940. Mas a perspectiva para futuras exibições de produções alemãs no Brasil era incerta, assim como as relações com a empresa de Ugo Sorrentino. Em uma reunião da direção da Ufa em outubro do mesmo ano, chega-se ao um consenso de que a conduta econômica e política de Sorrentino antes da eclosão da guerra na Europa havia sido tão “anti-alemã” (*deutschfeindlich*), que novos negócios com o presidente da Art Films, mesmo que trouxessem resultados financeiros positivos, não deveriam mais ser levados a cabo.<sup>32</sup> Nos anos de guerra, o objetivo do governo do Reich não era apenas enviar filmes para os cinemas brasileiros, mas obter garantias para manutenção de sua política cultural, ou seja, ter no país um distribuidor de confiança que pudesse garantir os negócios mesmo sob as pressões políticas, atividades do Office e desvantagens financeiras.

Em janeiro de 1941, os produtores alemães decidiram que as relações com a Art Films deveriam ser oficialmente suspensas. A Ufa seguia seu projeto de conseguir uma alternativa para distribuir as produções alemãs no Brasil, em conjunto com o Minis-

<sup>29</sup> BA, R 109 I/1611. Von der Deutschen Botschaft Rio de Janeiro an das Auswärtige Amt, 25/03/1941.

<sup>30</sup> BA, R 109 I/1611. Vom Auswärtigen Amt an das Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda. Inhalt: Wochenschau in Brasilien, 21/05/1941.

<sup>31</sup> BA, R 109 I/1611. Vom Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda an die Universum Film AG. Betrifft: Wochenschau in Brasilien, 8/06/1941.

<sup>32</sup> BA R 109I-1611. Brasilien, 17/10/1940.

tério da Propaganda, que seguia o seu de tentar centralizar as ações também para o continente sul-americano. O Ministério tinha agora seu representante exclusivo para o Brasil, Winkelmann, e para a Argentina, Biester. A partir de agora, as questões relacionadas à América do Sul deveriam ser direcionadas a esses dois representantes, de forma que os possíveis contratos a serem realizados com empresas distribuidoras, não atrapalhassem o “trabalho centralizado e conjunto”.<sup>33</sup>

As possibilidades da Ufa no mercado brasileiro ficavam cada vez mais limitadas. Tanto Sorrentino, como também outros distribuidores sabiam que trazer filmes alemães era comercialmente um negócio arriscado. Essa foi também o caso da Aliança Cinematográfica, fundada em 1933 por Arthur Wittenstein, cidadão alemão residente no Brasil e que era a pessoa de confiança da Câmara de Cinema do Reich. A Aliança Cinematográfica foi fundada com o objetivo principal de importar filmes alemães para o Brasil, o que foi feito até 1938 pessoalmente por Wittenstein através de suas viagens anuais para Alemanha. Em 1938, a Aliança se tornou uma Sociedade Anônima e Wittenstein ficou com a minoria das ações. Devido à conjuntura política, a Aliança desistiu da importação dos filmes alemães e decidiu importar filmes de outros países. Em 1941, Wittenstein comunica a Câmara de Cinema do Reich sobre suas discordâncias com a Aliança. O rompimento definitivo aconteceu quando a Aliança rejeitou uma oferta para adquirir filmes da Ufa e, aproveitando uma ausência de Wittenstein, cancelou outros contratos de *Wochenschauen*. Wittenstein considerou como seu dever enquanto “cidadão do Reich em período de guerra [...] trabalhar de modo mais efetivo para a distribuição de filmes alemães e *Wochenschauen* no Brasil”.<sup>34</sup> Wittenstein se tornaria então representante da Tobis no Brasil.

Tais dificuldades em garantir os filmes alemães no mercado brasileiro faziam com que Sorrentino não fosse completamente descartado pelas firmas alemãs. Em fevereiro de 1941, a embaixada alemã no Rio de Janeiro enumerou para o Ministério da Propaganda de Berlim os motivos para que se rompessem definitivamente as relações, argumentando que o presidente da Art Films estaria sabotando os interesses alemães ao fazer negócios com produtoras francesas e norte-americanas para importar da França jornais de tela “inimigos” (os *Havas-Wochenschauen*) e filmes dos EUA. Segundo a embaixada, Sorrentino teria interesse em distribuir apenas filmes que pudessem garantir algum retorno financeiro, rejeitando os filmes de propaganda que vinham no pacote. A embaixada recomendava, finalmente, o rompimento definitivo dos negócios com o presidente da Art Films.<sup>35</sup> Alguns dias depois, ocorre uma reunião do comitê diretor da Ufa com o presidente da Câmara de Cinema do Reich (*Reichsfilmkammer*), onde se decide que as relações das produtoras alemãs (Ufa, Tobis, Terra, Bavaria e Wien-

<sup>33</sup> BA, R 109 I-1611. Sitzung 4. Firma Sorrentino, 7/01/1941.

<sup>34</sup> BA, R 109 I-1661. Von Reichsfilmkammer an Mitglieder des Zentralaussschusses. Betreff: Arthur Wittenstein, 16/01/1941.

<sup>35</sup> BA, R 109 I-1611. Abschrift vom Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda an den Präsidenten der Reichsfilmkammer, 20/02/1941.

Films) com Sorrentino, que na prática já não existiam, deveriam ser formalmente rompidas. Após resolver uma questão pendente sobre um contrato com a Wien-Film, as relações entre a Art Films e a indústria cinematográfica alemã foram finalmente suspensas em 27 setembro de 1941. Dez anos após a fundação da Art Films, a Ufa perdia definitivamente seu representante no Brasil.

O interesse do governo do Reich era, todavia, se manter na guerra de propaganda contra os Estados Unidos. Na Alemanha, os planos de uma completa centralização da indústria cinematográfica alemã e unificação para os esforços de propaganda de guerra se realizaram em janeiro de 1942 com a fundação do truste Ufa-Film GmbH (Ufi), que assumiu o controle integral da indústria cinematográfica na Alemanha e suas subsidiárias no exterior. A Ufi era inteiramente controlada pelo Ministério da Propaganda do Reich e compreendia, além das grandes produtoras – Ufa, Terra, Tobis, Bavaria, Prag-Film, Wien-Film –, 138 firmas subsidiárias, entre grandes e pequenas, de todas as áreas da produção de cinema (Courtade/Cadars 1975: 29). A “guerra total”, que seria convocada por Goebbels em um discurso em Berlim em fevereiro 1943 após a derrota das forças alemãs na batalha de Stalingrado, já estava sendo colocada em prática no âmbito do cinema pelo governo do Reich e sua indústria cinematográfica.

O Brasil já vivenciava as estratégias dessa guerra, ainda antes da completa centralização da indústria de cinema na Alemanha, pois entre a decisão de romper as relações com Sorrentino em fevereiro de 1941 e o rompimento definitivo do contrato em setembro do mesmo ano, o governo do Reich, através do Ministério da Propaganda, não medirá esforços para manter o envio e a exibição de filmes e *Ufa-Wochenschauen* no Brasil.

As possibilidades de enviar filmes, porém, se mostravam cada vez mais difíceis. O fechamento e controle de parte das linhas aéreas e navais pelos Aliados e as dificuldades de encontrar novos distribuidores e exibidores, em vista da pressão que estes sofriam por parte das ações do Office e das grandes das produtoras norte-americanas, aumentavam as dificuldades e os custos para o envio das produções alemãs ao continente sul-americano. O trabalho conjunto dos órgãos do Reich fazia com que algumas produções fossem enviadas para o continente através dos países do Eixo (Japão e Itália)<sup>36</sup> e de regimes simpatizantes (Portugal e Espanha). Como anteriormente mencionado, a direção da Ufa, por intermédio da companhia italiana de aviação, Lati, conseguia desde maio de 1940 enviar ao Brasil alguns filmes e *Wochenschauen*. O Auli (Auslandsabteilung des Lichtbilddienstes),<sup>37</sup> por exemplo, enviou entre outubro de 1940 e março de 1941,

<sup>36</sup> As alianças políticas entre países do Eixo foram acompanhadas por acordos também no âmbito cinematográfico. Em outubro de 1936 foi criada a Deutsch-Italienisch Film Union, e em fevereiro de 1937 a Sociedade Germano-Japonesa para Cinema.

<sup>37</sup> O Auli (Auslandsabteilung des Lichtbilddienstes – Departamento para o Exterior de Serviço de Cinema) foi criada em 1929 por iniciativa do Ministério das Relações Exteriores alemão e da Federação Alemã para o Cinema (Deutschen Bildspielbundes), dentro da qual havia sido criado um Departamento para o Exterior, que deu origem mais tarde ao Auslands-Abteilung des Lichtbilddienstes (Auli). Em setembro de 1934, o Auli foi subordinada à Divisão de Cinema do Ministério da Propaganda.

filmes, *Kulturfilme* e *Wochenschauen* por avião via de Tokio para o Peru, Venezuela e Argentina, e por navio para o Brasil.<sup>38</sup>

A primeira medida do Ministério da Propaganda para fazer com que as produções alemãs chegassem em maior número ao Brasil e a outros países do continente foi enviá-las por Buenos Aires. Em abril de 1941, o Auli e a Ufa travaram uma discussão sobre como operacionalizar essa alternativa via Buenos Aires. O Auli propunha financiar o envio dos negativos de filmes para Buenos Aires para que lá fossem feitas cópias que depois serem reenviadas para outros os países. Quando isso não fosse possível, seriam oferecidas exibições gratuitas ou a baixo custo. O Departamento para o Exterior da Ufa se mostrou temeroso com a ideia de exibições assim, uma vez que o público poderia considerar o cinema alemão como algo de menor valor e se acostumar a não pagar para assistir os filmes alemães. A produtora alemã, porém, concordou em deixar para o Auli os países onde as produções alemãs ainda não haviam chegado ou chegado em pouca quantidade, e que precisariam de algum tempo para se consolidarem em algum circuito exibidor – entre esses países estariam os da América Central (com exceção do México), Cuba e Antilhas e talvez Venezuela e Equador.

Apesar das dificuldades, a indústria cinematográfica alemã conseguiu, por exemplo, por volta de maio de 1941 enviar ao representante da Ufa em Buenos Aires 15 filmes das produtoras Ufa, Tobis e Terra. Nesse período teriam chegado sete filmes da Ufa e da Terra ao porto de Santos, no Brasil, enquanto o documentário de guerra sobre a invasão da França, *Sieg im Westen*, estaria a caminho por via aérea. No Rio de Janeiro, nos meses de abril e maio, quatro filmes teriam sido exibidos nos cinemas da cidade.<sup>39</sup> Em 1941, portanto, mesmo com o cerco se fechando para as produções alemãs, as pontuais e mesmo pequenas conquistas da indústria de cinema alemã e dos órgãos do Reich no mercado brasileiro faziam com que o governo do Reich não desistisse de tomar medidas para manter sua política cultural. No Brasil, a embaixada alemã alugou durante o ano de 1941 o Cine Broadway, no Rio de Janeiro, para poder exibir de forma mais rápida as produções alemãs que chegavam ao país.

A partir de meados de 1941, telegramas e comunicados dos representantes da indústria cinematográfica alemã no Brasil – Winkelmann e Wittenstein –, e da embaixada alemã no Brasil destacavam o fortalecimento da pressão exercida pelo Office e pelas produtoras norte-americanas sobre os exibidores brasileiros: os cinemas que exibissem produções alemãs seriam boicotados pelas produtoras norte-americanas, que não negociariam mais seus filmes. Foi provavelmente por essa época – ou mesmo no ano anterior, haja visto a crise e os desdobramentos das relações da Ufa com a Art Films –,

---

O Auli tinha por objetivo manter os laços culturais por meio do cinema junto aos alemães do exterior, bem como junto às organizações e institutos que trabalhavam pela divulgação da cultura alemã no estrangeiro.

<sup>38</sup> BA 109 I/1611. Auslandsabteilung des Lichtbilddienstes an das Reichministerium für Volksaufklärung und Propaganda. Betr.: Filmeinsatz in Südamerika, 24/04/1941.

<sup>39</sup> BA 109 I/1611. Auslandsabteilung des Lichtbilddienstes an das Reichministerium für Volksaufklärung und Propaganda. Betr.: Filmeinsatz in Südamerika, 24/04/1941.

que o próprio embaixador dos EUA no Brasil faz uma visita pessoal ao escritório de Ugo Sorrentino, presidente da Art Films, comunicando que daquele momento em diante os cinemas brasileiros não exibiriam mais filmes alemães e que, portanto, estaria proibido trazer produções alemãs para o Brasil.<sup>40</sup> Não se sabe exatamente a data exata “ultimato”, mas o que se comprova é a abrangência da atuação do Office, que envolvia diretamente o próprio embaixador norte-americano no país, e a importância da Art Films enquanto alvo de pressão para que se conseguisse tirar as produções alemãs do mercado brasileiro.

Os órgãos e agentes alemães no Brasil viam como única alternativa para se tentar reverter essa situação encontrar meios de enviar ao Brasil uma quantidade maior de películas. A estratégia seria vender um “pacote” com uma quantidade maior de filmes para algumas casas exibidoras e dessa forma manter, mesmo que por curto espaço de tempo, a exibição das produções alemãs e não deixar por completo o mercado brasileiro à mercê da propaganda aliada. Algumas medidas nesse sentido foram tentadas, mas acabaram malogrando.

Em agosto/setembro de 1941, uma proposta do representante da Tobis no Brasil, Wittenstein, e da embaixada alemã de tentar fazer com que 34 filmes das produtoras alemãs fossem enviados para o Brasil, bem como garantir o envio de um grande estoque de filmes para o continente sul-americano através companhia italiana, Lati, não se mostrou possível.<sup>41</sup> A Lati não mostrava mais interesse em transportar filmes alemães para o Brasil, pois queria evitar concorrência para as produções italianas.<sup>42</sup> A situação não é revertida e na primeira semana de outubro de 1941 são realizadas as últimas exibições de filmes alemãs nos cinemas brasileiros nesses anos da guerra – as exibições no Cine Broadway, no Rio de Janeiro foram anunciadas até dezembro no jornal *Gazeta de Notícias*, que tinha seus espaços comprados pela embaixada alemã.

Os planos de fechar contrato com um cinema no Rio de Janeiro que substituísse o Cine Broadway também não foram concretizados. Em meados de outubro de 1941, o Ministério da Propaganda comunicou à embaixada alemã no Rio de Janeiro para suspender tal projeto, pois só seria possível se a questão do transporte regular de filmes para a América do Sul fosse resolvida, do contrário, alugar um novo cinema no Rio de Janeiro para exibir as produções alemãs, sem antes garantir regularmente o envio delas, poderia fazer o cinema novamente fechar suas portas, o que significaria uma “enorme perda de prestígio para Alemanha”.<sup>43</sup>

Nesses meses finais de 1941, não era apenas em relação ao mercado brasileiro que a indústria de cinema alemã tentava garantir sua permanência. Os órgãos do governo do Reich tentavam manter a chegada das produções alemãs nos principais países do

<sup>40</sup> Entrevista com Ugo Sorrentino Neto, 4/03/2008.

<sup>41</sup> BA 109 I/1611. Niederschrift der Besprechung vom 26. August 1941 mit Herrn Goede (Deutsche Botschaft), 28/08/1941.

<sup>42</sup> BA 109 I/1611. Filmversand nach Südamerika, 30/09/1941.

<sup>43</sup> BA 109 I/1611. Theaterprojekt Rio de Janeiro, 14/10/1941.

continente sul-americano. Em um comunicado do mês de setembro do Ministério da Propaganda, houve um apelo ao Ministério das Relações Exteriores para que este fizesse com que todas suas instâncias e repartições apoiassem os esforços da indústria cinematográfica e da Reichsfilmkammer nos esforços para garantir o transporte de filmes alemães para o continente sul-americano, seja através de “linhas aéreas” diretas via Itália ou da Espanha, seja através de “caminhos indiretos”.<sup>44</sup> Seguindo essas orientações, os órgãos alemães seguiriam tentando reverter a situação desfavorável, mesmo após as últimas exhibições de filmes alemães nos cinemas brasileiros, em outubro de 1941.

Em novembro, por iniciativa do Consulado Geral da Itália em São Paulo, dos diretores da Italfilm e das produtoras alemãs Ufa e Tobis, houve uma nova tentativa de negociação com a Lati e com o governo italiano. A proposta era fazer chegar ao Brasil cem filmes alemães e cinquenta filmes italianos até dezembro de 1941, de modo que essas produções cobrissem o mercado brasileiro e sul-americano por mais ou menos um ano, o que, segundo os órgãos alemães, seria importante não apenas para os milhões de descendentes de alemães e italianos que viviam no continente, “alvos de uma diária e intensiva propaganda inimiga nos cinemas”, como também para a manutenção de opiniões favoráveis ao Eixo por parte do público em geral.<sup>45</sup> A nova tentativa de negócio com a Lati também será frustrada. Concomitante a ela, duas tentativas por “caminhos indiretos” também seriam postas em prática.

Sobre esses meios “indiretos”, já no início daquele mês de setembro de 1941, os representantes das produtoras alemãs no Brasil – Winkelmann e Wittenstein –, vendo as dificuldades de se reverter a situação do transporte de filmes pelos meios até então utilizados, comunicaram os órgãos do governo alemão em Berlim sobre a possibilidade de transporte ilegal de filmes por meio de navios espanhóis e portugueses.<sup>46</sup> Uma série de telegramas secretos entre os órgãos alemães discutindo e planejando esses envios demonstravam os esforços de manter o fornecimento de filmes no Brasil e no continente sul-americano. Os órgãos alemães conseguiram fazer com que duas tentativas comesçassem a ser postas em prática a partir do mês de outubro de 1941. No seu conjunto, as negociações e os custos dessas ações envolveriam o Ministério das Relações Exteriores e o Ministério das Finanças do Reich, as embaixadas alemãs de Barcelona, do Rio de Janeiro, de Buenos Aires e de Lisboa e a embaixada de Portugal no Rio de Janeiro.

Uma das tentativas seria por um navio espanhol, que sairia em meados de janeiro de 1942 de Barcelona e chegaria em meados de fevereiro em Buenos Aires, após uma escala em Montevideo. Os filmes seriam confiados ao representante da Ufa na Argentina, Biester, que após resolver as questões alfandegárias entraria com os filmes na Argentina para depois os filmes entrarem em território brasileiro<sup>47</sup>. A outra seria por

<sup>44</sup> BA 109 I/1611. Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda. Betreff: Filmversand nach Südamerika, 30/09/1941.

<sup>45</sup> BA 109 I/1611. Vom Auswärtigen Amt an das Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda, 11/11/1941.

<sup>46</sup> BA 109 I/1611. Fluglinie LATI, 2/09/1941.

<sup>47</sup> PAAA R60612. Deutsches Konsulat Buenos Aires an das Auswärtiges Amt, 30/10/1941.

um navio português. Em outubro de 1941, o consulado alemão no Rio de Janeiro havia comunicado o Kulturabteilung do Ministério das Relações Exteriores do Reich sobre a possibilidade de um Agente de confiança, com cidadania portuguesa, viajar para Lisboa para trazer filmes de produtoras alemãs, além de *Kulturfilme* e material de propaganda para serem entregues aos representantes da Ufa e da Tobis no Brasil.<sup>48</sup>

A Conferência Interamericana no Rio de Janeiro, em janeiro de 1942, que fez com que o Brasil e os países sul-americanos (à exceção, naquele momento, de Argentina e Chile) rompessem suas relações com os países do Eixo, malogrou os planos dos órgãos alemães de contrabando de filmes. No dia 18 de fevereiro, a embaixada alemã de Buenos Aires comunicou que após o rompimento do Uruguai com os países do Eixo e o implacável controle sobre o navio espanhol por parte da alfândega, as malas com os filmes tiveram que ser deixadas sob custódia do capitão e não puderam sair da embarcação.<sup>49</sup> Em relação aos filmes trazidos pelo navio português, a probabilidade é que teriam sido levados para Buenos Aires e teriam ficado na capital argentina, bloqueados na alfândega.<sup>50</sup>

O rompimento das relações do Brasil com os países do Eixo em janeiro de 1942 colocou, portanto, uma pá de cal em qualquer possibilidade de entrada e exibição de filmes alemães no Brasil nos anos da guerra. A Alemanha experimentava o fim de sua política cultural exterior em relação ao cinema no Brasil e perdia definitivamente a guerra de propaganda nas telas de cinema.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

De uma forma geral, é possível distinguir três momentos principais no que tange à trajetória da política cultural exterior alemã em relação ao cinema no Brasil: o primeiro, ao longo da década de 1920 até 1931, quando as produções alemãs começaram a chegar em número cada vez maior aos cinemas brasileiros e ocorreram também as primeiras ações junto aos órgãos oficiais alemães no Brasil no sentido de estabelecer uma política cultural; de 1931 até 1937-38, quando foi fundada a Art Films e a indústria cinematográfica alemã ganhou finalmente um representante exclusivo no Brasil, fazendo deste período o de maior presença das produções alemãs nos cinemas brasileiros – coincidindo com o melhor período das relações diplomáticas e comerciais entre os dois países; e, finalmente, de 1937-38 até 1941, quando se iniciou a crise nas relações diplomáticas entre o Brasil e o governo do Reich, a qual afetaria a distribuição e chegada dos filmes alemães nos cinemas brasileiros, o que seria agravado com o começo do

<sup>48</sup> PAAA R60612. Vom Deutschen Konsulat Rio de Janeiro an das Auswärtige Amt, 4/12/1941.

<sup>49</sup> PAAA R60612. Vom Deutschen Konsulat Buenos Aires an das Auswärtige Amt, 18/02/1942.

<sup>50</sup> PAAA R60612. Filmbestand in Argentinien (Ufa-Vertreter Biester): Noch unter Zollverschluss befindliche Filme, die mit besonderer Gelegenheit im Jahre 1942 nach Südamerika transportiert wurden, 20/08/1942.

conflito na Europa e com as ações da política (cultural) exterior dos Estados Unidos, que visava eliminar a propaganda dos países do Eixo no continente latino-americano – o cinema e o Brasil ganharam especial atenção por parte dessas ações, que alcançaram seus objetivos nos meses finais de 1941.

Desde começos da década de 1920, o mercado cinematográfico brasileiro já se mostrava estratégico para a indústria de cinema alemã, capitaneada pela Ufa. Inicialmente o público alvo era os *Auslandsdeutsche* que viviam principalmente nas regiões sul e sudeste, mas logo o interesse demonstrado pela Ufa era de entrar no mercado brasileiro como um todo. Nesse sentido, o cinema já se mostrava como um instrumento da política cultural exterior (*auswärtige Kulturpolitik*), pois agia desde então não apenas como representante da cultura alemã, mas também numa disputa cultural principalmente contra o domínio hegemônico dos filmes norte-americanos. A política cultural alemã para o cinema colocada em prática na década de 1930 pelo regime nacional-socialista não foi, portanto, algo pioneiro ou original levado a cabo pelo regime nazista. O regime nacional-socialista deu continuidade ao trabalho inicial dessa política cultural realizada pela Ufa e pelos órgãos oficiais do governo alemão no exterior, só que agora trazendo consigo a mobilização de todo um aparato estatal, que considerava a indústria cinematográfica um de seus principais instrumentos para a divulgação da propaganda e das concepções ideológicas do regime.

Além da Art Films, fundada em 1931, uma conjunção de fatores, como a criação do Ministério da Instrução e Propaganda, o projeto nacional-socialista de estatização da indústria cinematográfica alemã e a gradativa centralização e trabalho em conjunto dos órgãos alemães (Ministérios, Kulturabteilungen, Organização do Partido Nazista para o Exterior, embaixadas, entre outros), permitiu que se efetivasse no âmbito cinematográfico uma política cultural que mobilizou uma série de forças para se fixar e se manter no mercado brasileiro. Tal política foi levada a cabo inclusive durante os anos de crise das relações entre Brasil e Alemanha a partir de 1937-38 e mais tarde durante os anos de guerra, quando de forma mais intensa e efetiva os Estados Unidos entraram nessa *Kulturkampf* com o objetivo, entre outros, de eliminar as produções alemãs dos cinemas brasileiros.

Toda essa mobilização em nome de uma política cultural exterior, que envolveu as altas esferas do Reich, como os Ministérios da Propaganda e do Exterior, a Ufa e outras empresas produtoras, embaixadas, a Organização do Partido Nazista para o Exterior, agentes individuais, associações culturais, empresas distribuidoras e exibidores, a própria imprensa – sem deixar de mencionar as negociações pessoais entre o presidente da Art Films e o ministro da Propaganda do Reich –, pode nos levar a crer que a aplicação de uma política cultural exterior é algo que por princípio e quase inalteradamente segue um planejamento a longo prazo, cujas instâncias de decisão obedecem a uma ordem hierarquicamente definida. No caso do cinema alemão no Brasil, percebe-se que a aplicação de uma política cultural exterior pode ter que lidar, por um lado, também com planejamentos a curto prazo, obedecendo as mudanças e (im)possibilidades que a conjuntura do momento oferece. Por outro, o início da crise nas relações entre Brasil

e Alemanha em 1937-38 acabou suscitando a crise entre a indústria cinematográfica alemã e seu representante no Brasil, e nesse contexto vieram à tona também os atritos e as divergências entre os órgãos responsáveis pela política cultural exterior alemã. A política de centralização das decisões para a indústria cinematográfica pretendida pelo Ministério da Propaganda do Reich teve, portanto, que se defrontar e negociar com interesses que escapavam aos objetivos e ao planejamento de sua política cultural – caso da Art Films após o começo da crise entre Brasil e Alemanha -, bem como resolver as divergências e atritos entre os órgãos alemães e os agentes que trabalhavam para tentar manter os filmes alemães nos cinemas brasileiros.

Quando começou a guerra na Europa, a distribuição dos filmes alemães no Brasil já estava em crise, mas mesmo em menor número as produções continuavam chegando aos cinemas brasileiros. Não foram, portanto, a guerra ou o bloqueio continental as causas principais do desaparecimento das produções alemãs dos cinemas brasileiros. Além da crise das relações entre Brasil e Alemanha, as intensivas ações da política cultural do governo norte-americano no âmbito cinematográfico e as pressões exercidas pelo *Office* e pelas produtoras norte-americanas sobre os exibidores brasileiros tiveram seus objetivos cumpridos nos meses finais de 1941, qual seja, tirar definitivamente de circulação dos cinemas brasileiros as produções nacional-socialistas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bader, Wolfgang (org.) (2010): *Deutsch-brasilianische Kulturbeziehungen: Bestandsaufnahme, Herausforderungen, Perspektiven*. Frankfurt a. M.: Vervuert Verlag.
- Courtade, Francis/Cadars, Pierre (1975): *Geschichte des Films im Dritten Reich*. München: Carl Hanser Verlag.
- Dietrich, Ana Maria (2007): *Nazismo Tropical? O Partido Nazista no Brasil*. Universidade de São Paulo, Programa de Pós-Graduação em História Social: Tese de Doutorado não publicada.
- Düwell, Kurt (1981): “Die Gründung der Kulturpolitischen Abteilung im Auswärtigen Amt 1919/20 als Neuansatz”. Em: Düwell, Kurt/Link, Werner (org.): *Deutsche Auswärtige Kulturpolitik seit 1871*. Köln/Wien: Böhlau, pp. 46-71.
- (2005): “Zwischen Propaganda und Friedenspolitik – Geschichte der Auswärtigen Kulturpolitik im 20. Jahrhundert”. Em: Maass, Kurt-Jürgen (org.): *Kultur und Außenpolitik*. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, pp. 53-84.
- Gak, Igor (2011): “Estratégias do consenso: a política cultural exterior alemã para o Brasil durante o Estado Novo (1938-1942)”. Em: Ferreira, Jorge (org.): *As repúblicas no Brasil: política, sociedade e cultura*. Niterói/Rio de Janeiro: Eduff, pp. 49-72.
- Gertz, Rene (1987): *O fascismo no sul do Brasil*. Porto Alegre: Mercado Aberto.
- (1996): “Influência política alemã no Brasil na década de 1930”. Em: *Estudios interdisciplinarios de América Latina y el Caribe (E.I.A.L.)*, 7, 1, <<http://eial.tau.ac.il/index.php/eial/article/view/1186/1214>> (15.05.2018).
- Isolan, Flaviano Bugatti (2006): *Das páginas à tela: cinema alemão e imprensa na década de 1930*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC.
- (2011): *Filmabsatzgebiet Brasilien: die Rezeption des deutschen Films in Brasilien in den*

- 1920er und 1930er Jahren. Tese (Doktor der Philosophie) – Technische Universität, Berlin, <<http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:kobv:83-opus-29875>> (15.05.2018).
- Kreimeier, Klaus (1992): *Die Ufa Story*. München: Carl Hanser Verlag.
- Lessa, Mônica (2002): “Relações culturais internacionais”. Em: Menezes, Lená/Rolleberg, Denise/Munteal Filho, Oswaldo (orgs.): *Olhares sobre o político: novos ângulos, novas perspectivas*. Rio de Janeiro: EDUERJ, pp. 11-25.
- Lübken, Uwe: (2004): *Bedrohliche Nähe: die USA und die nationalsozialistische Herausforderung in Lateinamerika, 1937-1945*. Stuttgart: Franz Steiner Verlag.
- Magalhães, Marionilde Brephol de (1998): *Pangermanismo e nazismo: a trajetória alemã no sul do Brasil*. São Paulo: UNICAMP.
- Martínez, Jesús de la Hera (2002): *La política cultural de Alemania en España en el período de entreguerras*. Madrid: CSIC.
- Monteiro, Érica Gomes Daniel (2011): “Diplomacia hollywoodiana: estado, indústria cinematográfica e as relações internacionais durante a II Guerra Mundial”. Em: *História Social*, 20, primeiro semestre, pp. 41-61.
- Moraes, Luis Edmundo de Souza (2005): *Konflikt und Anerkennung: Die Ortsgruppen der NSDAP in Blumenau und Rio de Janeiro*. Berlin: Metropol.
- Moura, Gerson (1991): *Sucessos e ilusões: relações internacionais do Brasil durante e após a II Guerra*. Rio de Janeiro: FGV.
- Nazário, Luiz (2007): “Nazi-Film Politics in Brazil, 1933-42”. Em: Winkel, Roel Vandel/Welch, David (eds.): *Cinema and the Swastika: the international expansion of Third Reich Cinema*. New York: Palgrave Macmillan, pp. 85-98.
- (2010): “Der deutsche Film in Brasilien”. Em: Bader, Wolfgang (org.): *Deutsch-brasilianische Kulturbeziehung: Bestandsaufnahme, Herausforderungen, Perspektiven*. Frankfurt a. M.: Vervuert Verlag, pp. 223-238.
- Prutsch, Ursula (2008): *Creating good Neighbors? Die Kultur- und Wirtschaftspolitik der USA in Lateinamerika, 1940-1946*. Stuttgart: Franz Steiner Verlag.
- Rinke, Stefan (1996): *Der letzte freie Kontinent: deutsche Lateinamerikapolitik im Zeichen transnationaler Beziehungen, 1918-1933*. 2 Bände. Stuttgart: Verlag Hans-Dieter Heinzl/Akademischer Verlag Stuttgart.
- Schreiner, Patrick (2011): *Außenkulturpolitik: internationale Beziehungen und kultureller Austausch*. Bielefeld: transcript Verlag.
- Simões, Inimá (1990): *Salas de cinema em São Paulo*. São Paulo: Secretaria Municipal de Cultura/Secretaria do Estado da Cultura.
- Winkel, Roel Vandel/Welch, David (eds.): *Cinema and the Swastika: the International Expansion of Third Reich Cinema*. New York: Palgrave Macmillan, 2007.

Artigo recebido: 16.02.2017

Versão reformulada: 18.05.2018

Artigo aprovado: 02.07.2018

| Flaviano Bugatti Isolan é Doutor (Doktor der Philosophie) pelo Zentrum für Antisemitismusforschung da Technische Universität Berlin (2010), Mestre em História Comparada pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (2004) e Licenciado em História pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (1997). Atualmente é professor adjunto de História Contemporânea

no Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), atuando com docência e pesquisa nas seguintes áreas: História, cinema e mídias; Relações Internacionais; Fascismo; Brasil República. Publicou recentemente os artigos “História comparada, história transnacional e cinema: diálogos e um estudo de caso” (*Revista de História Comparada*, 2016) e “Metropolis, trem azul e zumbis: representações da cidade e crises da (pós) modernidade” (*Urbana*, 2017).