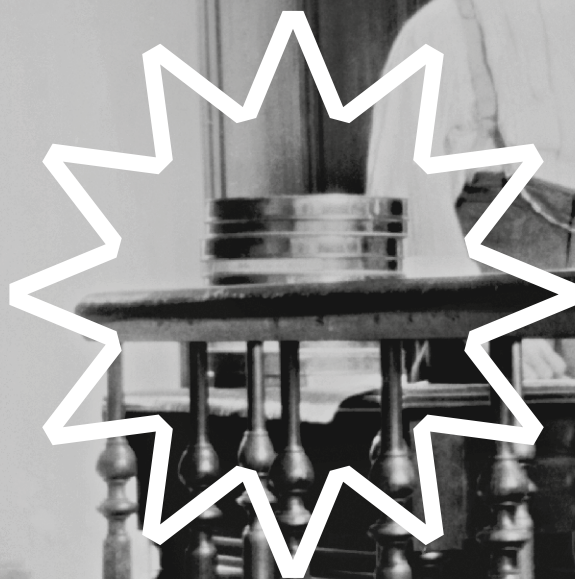
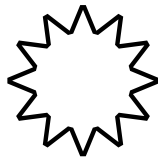


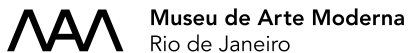
O NEGÓCIO DO FILME

a distribuição cinematográfica
no Brasil, 1907-1915

Rafael de Luna Freire







Correalização



Patrocínio Cinemateca do MAM



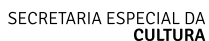
Patrocínio



Patrocínio Estratégico



Realização



Ministério do Turismo, Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro
e Secretaria Municipal de Cultura apresentam
Veredas do Patrimônio Audiovisual

O NEGÓCIO DO FILME

a distribuição cinematográfica no Brasil, 1907-1915

Rafael de Luna Freire

Criada em 2013, a lei de incentivo à cultura da cidade do Rio de Janeiro é o maior mecanismo de incentivo municipal do país em volume de recursos. No ano de 2021, atualizamos os procedimentos para torná-la ainda mais democrática e mais simplificada. O Rio de Janeiro possui uma produção cultural diversa e decisiva para o seu desenvolvimento e para o bem-estar da população. Nossa lei, carinhosamente apelidada de Lei do ISS, é um de nossos mecanismos de fomento que buscam estimular o encontro da produção cultural com a população.



A linguagem audiovisual é reconhecida pelo Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro desde 1948, quando o primeiro estatuto da instituição registrou o plano de criação de uma filmoteca. A Cinemateca do MAM, fundada em 1955, guarda o segundo maior acervo de obras audiovisuais, em todos os formatos, e o maior arquivo de documentação de cinema do país. Um auditório muito bem equipado e um canal na internet exibem pré-estreias, festivais, mostras e filmes antigos. Uma especial atenção é dada ao cinema experimental e a produções fronteiriças com as artes visuais. Outra atividade fundamental para o MAM Rio é apoiar a produção de conhecimento sobre o cinema.

Como parte das ações da nova gestão do museu em prol do cinema e da cultura, surgiu o projeto Veredas do Patrimônio Audiovisual, com patrocínio da prefeitura da cidade do Rio de Janeiro, Secretaria Municipal de Cultura, Concremat e H.I.G. Capital e apoio da Guelt Investimentos, por meio da Lei Municipal de Incentivo à Cultura – Lei do iss. Um ciclo de programação teve início em janeiro de 2021 e se estendeu por todos os meses do ano.

Graças a essa mesma estrutura de financiamento, podemos publicar agora este livro, *O negócio do filme: a distribuição cinematográfica no Brasil 1907–1915*, de Rafael de Luna Freire, doutor em comunicação e professor associado da Universidade Federal Fluminense. Freire se debruça sobre um assunto pouco estudado no Brasil, que é a distribuição cinematográfica, com base em documentos de cunho administrativo e comercial, felizmente preservados em arquivos.

A distribuição é, obviamente, um aspecto fundamental para que uma obra cinematográfica chegue ao público. Entretanto, a distribuição comercial atende a uma lógica própria que em muito difere da lógica de instituições como a Cinemateca do MAM, sem fins lucrativos. Com esta publicação, reconhecemos a relevância do tema, bem como a qualidade da pesquisa, e celebramos a existência e a preservação dos arquivos no Brasil.

Paulo Albert Weyland Vieira

Diretor executivo do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro

Uma nova contribuição

Uma das deficiências estruturais da cinematografia brasileira é a falta de estudos rigorosos e aprofundados sobre suas condições de produção, vale dizer, suas condições de funcionamento econômico, social, cultural, político, tecnológico, legislativo e de preservação. Essas áreas poderiam se desdobrar em pesquisas e textos sobre a atuação comercial, trabalhista, logística, lobista, de marketing, ou, ainda, sobre a recepção e a conservação dos filmes e de tudo que gira em torno desses e de outros processos. Excluí deliberadamente a perspectiva artística, de resto dominante e quase sempre perpassada por excessiva subjetividade.

O projeto Veredas do Patrimônio Audiovisual, que proporcionou esta publicação, procura justamente chamar a atenção para áreas, obras, documentos, pesquisas e formas de fruição que constituem o legado do cinema e das outras tecnologias de imagens em movimento, especialmente quando se encontram à margem ou negligenciadas. Essa iniciativa é relevante uma vez que apresenta à sociedade os resultados da divulgação dos acervos e do trabalho de instituições que se dedicam à arquivística e à conservação de filmes e outros documentos. O ciclo Veredas do Patrimônio Audiovisual buscou primordialmente promover e valorizar o contato direto com as formas históricas de criação e exibição audiovisual, mas preocupou-se também com o entorno do filme, estabelecendo pontes e conexões entre obras, documentos, estudos e circulação da informação e do conhecimento.

A proposição de realizar publicações relacionadas ao âmbito de atuação da Cinemateca do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, entidade de preservação filiada à Federação Internacional de Arquivos de Filmes (FIAF), e do programa de pós-graduação em cinema e audiovisual da Universidade Federal Fluminense (PPGCine-UFF) procura promover esse tipo de conhecimento e dar uso e acesso às informações incorporadas e conservadas ao longo de décadas em inúmeros arquivos e instituições brasileiras e estrangeiras detentoras de acervos fílmicos e documentos correlatos.

O convênio entre a Cinemateca do MAM e o PPGCine-UFF abarca muitos campos de atuação, tendo se concentrado principalmente nas ações de formação e de conservação. Existe sobre a área de cinema e audiovisual uma rica e crescente produção bibliográfica acumulada desde fins do século 20, principalmente universitária, mas que nunca recebeu distribuição significativa. Agora, essa produção é acossada pelos fantasmas da obsolescência digital e dos altos custos de migração

e manutenção que vêm tirando do ar seguidamente os repositórios digitais, inclusive os de universidades públicas. Constatar essa falta de arquivos bibliográficos pôs em relevo a necessidade de perenizar o conhecimento desenvolvido e fazê-lo chegar de forma mais organizada aos diversos grupos interessados da sociedade e ao público em geral, ultrapassando os muros da academia e o tempo presente.

As obras sobre cinema e audiovisual que o MAM Rio quer publicar e que este título inaugura pretendem se debruçar sobre a cinematografia brasileira ou ajudar a compreendê-la e a preservá-la melhor, produzindo e difundindo ainda conhecimentos técnicos de conservação, restauração e catalogação de documentos fílmicos e correlatos, imensa lacuna da arquivística audiovisual nacional.

O negócio do filme: a distribuição cinematográfica no Brasil 1907-1915, do professor, pesquisador e preservador Rafael de Luna Freire, é um começo auspicioso que traz inúmeras e superlativas contribuições. Ao sistematizar o estudo do setor de distribuição de filmes por sua própria lógica interna, praticamente consolida essa área como um campo de estudos fundamental para que se compreenda a persistência da condição “colonial” da cinematografia brasileira.

A publicação apresenta, ainda, outra grande relevância: o primoroso trabalho com as fontes de arquivo, que põe em relevo tanto a atividade de conservação das instituições quanto a importância de recolhimento de documentação pouco tradicional, como a administrativa e a comercial. Os estudos do mercado audiovisual são mínimos no país e levaram muito tempo para emergir. Isso se dá porque pouco se recolheu e pouco se tratou esse tipo de fonte. Em grande medida, a falta de recolhimento é causada pelos próprios agentes econômicos, e a falta de trato é consequência, por um lado, da precariedade das instituições arquivísticas e, por outro, da escassez de recursos, o que ainda se soma a preconceitos e ideologias que ignoram a necessidade de uma visão abrangente do fenômeno de criação, circulação, preservação e estudo de filmes no Brasil.

Este é o objetivo que a Cinemateca do MAM e o PPGCine querem atingir com esta publicação e com as que imaginamos para o futuro: a difusão de pesquisas raras e substanciais já realizadas, ao lado do estímulo e da solicitação de outros textos que preencham as inúmeras lacunas existentes, ressaltando a valorização do papel de instituições de memória como instrumentos de pesquisa e de preservação.

Hernani Heffner

Gerente da Cinemateca do MAM

a Paula, Antônio e Gustavo

Sumário

Prefácio por Rielle Navitski 15

Prólogo 19

CAPÍTULO 1

A formação do mercado: 1907–1908

A representação da Pathé Frères no Brasil por Marc Ferrez 27

A febre do cinema no Rio de Janeiro e o diferencial do cinematógrafo Pathé 34

A distribuidora de filmes Marc Ferrez & Filhos 45

As razões para o aumento da produção cinematográfica local 56

A construção de um novo modelo de negócios 70

CAPÍTULO 2

O acirramento da concorrência: 1909–1911

A concorrência de outras marcas e o trunfo da MF&F com o *film d'art* 79

O caráter de variedade dos programas dos cinemas 89

A consolidação de práticas e do ofício da distribuição de filmes 102

Os filmes cantantes como modo de apresentação 112

O auge dos cantantes: *Paz e amor* e o filme esquecido de Lima Barreto 125

Uma nova interpretação para o declínio dos cantantes 137

A investida da MF&F contra os exibidores ambulantes 151

Fomentando e disputando o mercado cinematográfico no Norte e Nordeste 162

Consequências do crescimento dos filmes e do mercado 171

Fusões e agentes 182

Mudanças radicais à vista 190

CAPÍTULO 3

A hegemonia da CCB: 1912-1914

- A formação do truste 205
- A resistência de Staffa e Stamile 217
- O advento do “filme extra” 236
- Disputas, exclusividades e especulações segundo Marc Ferrez 249
- O caso Blum & Sestini e as dissidências internas na CCB 263
- Concorrência, filmes de atualidade e a ida ao cinema às vésperas da guerra 278

CAPÍTULO 4

A crise do mercado: 1914-1915

- O acirramento da crise 293
- O Kinetophone de Edison no Brasil 300
- A guerra complica o que já era difícil 310
- O fim do truste 329
- Entre divas e seriados 342

Epílogo 357

Fotografias, charges e documentos 385

Lista de abreviações 417

Referências bibliográficas 419

Agradecimentos 437

Prefácio

Os historiadores do cinema – a arte do espetáculo mais influente do século 20 – tradicionalmente têm se focado no espetacular. Inicialmente, eles concentravam sua atenção na imagem em movimento como objeto estético, tentando dotá-la da legitimidade gozada pelas artes já consagradas. Nas últimas décadas, um interesse crescente na exibição – a programação, os modos de apresentação dos filmes, as práticas sociais que se desenvolvem nas salas – tem aberto novos horizontes para os pesquisadores. Porém, poucos trataram a infraestrutura quase invisível que sustenta o negócio inteiro, o elo essencial entre a produção e o consumo do cinema: a distribuição. Os arranjos financeiros, o transporte e a logística talvez não possuam o glamour dos estúdios, astros e estrelas célebres, mas, em muitos casos, seu impacto na trajetória do cinema foi bem maior.

Através de um mergulho profundo no precioso acervo da família Ferrez – pioneira na importação, distribuição e exibição de filmes no Brasil – e de uma busca minuciosa nos jornais e revistas da época, Rafael de Luna Freire avança a passos largos em nosso conhecimento desse aspecto pouco pesquisado do cinema. Ele propõe várias hipóteses altamente originais sobre os primórdios do cinema no país e corrige certas conclusões dos trabalhos valiosos, mas às vezes imprecisos, de pesquisadores anteriores. Se os historiadores têm começado a reconhecer o papel-chave dos Ferrez na consolidação de salas fixas no país através do abastecimento regular de filmes Pathé, Rafael de Luna Freire aprofunda essa observação de várias formas. Esclarece, por exemplo, que o auge da produção local de filmes no Rio, entre 1908 e 1910, não foi somente o resultado da concorrência entre as salas de cinema, senão da uniformidade da programação dos cinemas nobres fornecidos pelos Ferrez. Ele oferece uma nova análise

do surgimento e da decadência dos “filmes falados e cantantes” (apresentados com artistas que declamavam e cantavam atrás da tela) e de outros fenômenos da época que são amplamente conhecidos, mas ainda mal compreendidos. Além de explorar a relação muitas vezes tensa entre os Ferrez e a notória Companhia Cinematográfica Brasileira (CCB), de Francisco Serrador, que adquiriu a empresa deles em 1912, *O negócio do filme* resgata os nomes de firmas hoje esquecidas que ajudaram a dar forma ao negócio cinematográfico no país, tais como a Empresa Cinematográfica Internacional e a Jatahy-Cinema (distribuidores independentes que surgiram muito cedo) e a Companhia Internacional Cinematográfica, uma concorrente da CCB fundada por Angelino Stamile.

Embora o autor se concentre no meio cinematográfico da então capital federal Rio de Janeiro e da metrópole crescente de São Paulo – como é lógico, dada a disponibilidade de documentação e a importância fundamental das grandes cidades do Sudeste como pontos de entrada de filmes ao país –, consegue de uma maneira brilhante integrar histórias regionais que normalmente são tratadas separadamente. Ele narra, por exemplo, os esforços dos Ferrez para recrutar agentes no Norte, Nordeste e Sul do país e estimular a instalação de novas salas fixas que se tornariam seus clientes. Além de desenvolver uma perspectiva ao mesmo tempo local, regional e nacional, *O negócio do filme* oferece comparações e contrastes altamente instrutivos entre o caso brasileiro e outros países. Rafael de Luna Freire destaca as particularidades do sistema brasileiro, no qual os distribuidores tipicamente possuíam o direito exclusivo ou quase exclusivo de representar uma ou várias produtoras no mercado, ao menos antes do surgimento do “filme extra” ou longa-metragem que transformaria radicalmente o sistema de distribuição no país. Ele observa, para tomar outro exemplo, o desenvolvimento de um sistema de zoneamento que favorecia um número reduzido de salas lançadoras na exibição de novidades, bem antes que em países como a França e os Estados Unidos. Desse modo, o livro enriquece nosso conhecimento da institucionalização do cinema no âmbito mundial.

A análise de Rafael de Luna Freire põe em destaque tanto fatores determinantes na trajetória da distribuição de filmes no Brasil – desde o tipo de câmbio e as taxas de alfândega até a eclosão da Primeira Guerra Mundial – como detalhes aparentemente banais, mas que resultam reveladores, dos contratos, das folhas de pagamento e das despesas de transporte. Registros dos salários demonstram que as mulheres, frequentemente contratadas como revisoras de filmes, receberam a remuneração mais baixa de todos os empregados,

e testemunhas atestam a exclusão da maioria dos músicos negros das orquestras dos cinemas, assim realçando as dinâmicas de raça, gênero e classe social em jogo no flamante meio cinematográfico. O autor nos lembra que, atrás das disputas às vezes amargas entre os empresários cinematográficos que se desenvolveram na imprensa e nos tribunais, há claras distinções de classe, sobretudo entre os aristocráticos Ferrez e os outros imigrantes de origem mais humilde ativos no meio cinematográfico. O estudo jamais perde de vista que o negócio cinematográfico no Brasil tomou forma dentro de um contexto social complexo – a Primeira República – e em plena transformação. No momento atual de crise para a produção, distribuição e exibição cinematográficas, este precioso estudo lança nova luz sobre outro momento de grandes mudanças no mundo do cinema, elaborando uma crônica das oportunidades, fracassos e sucessos vividos por figuras inesquecíveis como os Ferrez.

Rielle Navitski

*Professora associada do departamento de estudos em teatro e cinema
da Universidade da Geórgia*

Prólogo

A partir de 1896, a projeção de imagens fotográficas em movimento para plateias pagantes no Brasil se deu, sobretudo, por intermédio de exibidores itinerantes que se apresentavam de cidade em cidade, transportando consigo equipamentos e cópias de filmes comprados na Europa ou nos Estados Unidos.¹

No final do século 19, a maioria desses exibidores era estrangeira – alguns radicados no Brasil há certo tempo e outros que desembarcavam pela primeira vez no país –, embora também tenha havido brasileiros entre os pioneiros, como Francisco Pereira de Lyra, o primeiro a realizar projeções no Recife. Já o perfil desses exibidores era variado: fotógrafos (o francês Georges Renou-leau ou o italiano Nicola Maria Parente), prestidigitadores e lanternistas² (o espanhol Enrique Moya ou o francês Faure Nicolay), ou atores (o português Germano Alves). Outros já vinham explorando diversos tipos de divertimentos, atrações ou negócios, identificando nos espetáculos de “vistas animadas” (o termo *films*, em inglês, se populariza depois) uma boa oportunidade de ganhar dinheiro: o pitoresco e autoproclamado advogado, médico, ilusionista e

[1] Sobre a primeira exibição coletiva, pública e paga de filmes no Brasil, na rua do Ouvidor, em 8 de julho de 1896, ver Jorge J. V. Capellaro e Paulo Roberto Ferreira, *Verdades sobre o início do cinema no Brasil*, Rio de Janeiro: Funarte, 1996. Ver também: José Inácio de Melo Souza, “Os primórdios do cinema no Brasil”, em Fernão Pessoa Ramos e Sheila Schvarzman (orgs.), *Nova história do cinema brasileiro*, São Paulo: Edições Sesc SP, 2018, v. 1, pp. 16-51.

[2] Como eram chamados os exibidores de lanternas mágicas que apresentavam projeções de “vistas fixas”, que passaram a ser frequentemente combinadas com as projeções de “vistas animadas”.

inventor, José Roberto Cunha Sales, talvez seja o melhor exemplo.³ Como uma nova atração, a projeção de fitas também foi logo incorporada aos espetáculos das companhias de variedades e excentricidades, sendo entremeadas a números de canto, dança, mágicas, lutas, acrobacias ou animais amestrados.

Para apresentar essa nova atração, os empresários geralmente adquiriam um pacote completo: equipamento de projeção e cópias de fitas, inicialmente comprados apenas no exterior. Os mesmos títulos, de curta duração, eram exibidos de localidade em localidade, dezenas de vezes, até seu completo comprometimento físico, se não fossem vendidos antes para outro exibidor. Desse modo, não demorou muito para surgir um mercado de segunda mão no Brasil, tanto de cópias quanto de equipamentos de projeção.

Nas primeiras exposições ao redor do Brasil, a atração principal era justamente o projetor, sendo as fitas a forma de demonstrá-lo em funcionamento. Os equipamentos eram divulgados através das mais diversas e curiosas designações, na busca por diferenciação em relação aos concorrentes. Muitos dos primeiros aparelhos utilizados no país apelavam aos nomes de Edison ou dos irmãos Lumière, embora vários deles fossem contrafações dos equipamentos desses inventores, o *Vitascope* e o *Cinematographe*, respectivamente.

No Brasil, o termo *animatographo* foi bastante usado nos primeiros anos para designar o projetor de forma geral, assim como *biographo*, antes da consolidação definitiva da palavra *cinematographo*. Esses exibidores itinerantes geralmente alugavam espaços os mais variados para apresentarem seus espetáculos – salões, saguões de hotéis, confeitarias, pavilhões –, sendo privilegiada a localização em ruas centrais e movimentadas como forma de atrair as plateias.

Já nos primeiros anos do século 20, as companhias de variedades, assim como exibidores itinerantes com aparelhos mais aperfeiçoados e conjuntos de vistas inéditos e mais variados, passaram a ocupar com mais frequência os principais teatros municipais. A projeção de fitas sincronizadas a fonógrafos – o chamado “cinematógrafo falante” – tornou-se popular nesse período. Alguns exibidores itinerantes atravessaram todo o Brasil, apresentando-se em dezenas de estados ao longo de meses, como H. Kaurt, Édouard Hervet ou Guiseppi Filippi. A maioria, porém, circulou em regiões específicas: alguns

[3] Ver seu perfil em: Alice Gonzaga, *Palácios e poeiras: 100 anos de cinema no Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: Record, 1996, pp. 35-39.

restringiram-se ao Norte e Nordeste, outros ao Sudeste, ou ainda somente ao Sul do país.⁴

Nesse período, as exibições cinematográficas tornaram-se mais comuns para as plateias das principais capitais do país. Como em todo o mundo, alguns espaços fixos especialmente dedicados à exibição cinematográfica estiveram em funcionamento desde muito cedo – como o pioneiro Salão Paris no Rio, aberto na capital federal por José Roberto Cunha Sales e Paschoal Segreto, em 1897 –, mas eram exceção, não a regra.⁵

A produção cinematográfica local surgiu, desde o início, como forma de incrementar os espetáculos de filmes estrangeiros. Foi assim com os irmãos Paschoal e Afonso Segreto, no animatógrafo do Salão Paris no Rio, a partir de 1899⁶, ou com o exibidor itinerante Guisepe Filippi, que realizou fotografias e, posteriormente, filmagens locais para dotar suas apresentações de atrações extras, entre 1903 e 1904.⁷

[4] Uma obra de referência é: Ary Bezerra Leite, *Memória do cinema: os ambulantes no Brasil (cinema itinerante no Brasil, 1895-1914)*, Fortaleza: Premium, 2011.

[5] Sobre o Salão Paris no Rio, ver José Inácio de Melo Souza, *Salvados digitais*, São Paulo: Gráfica Bartira, 2020, pp. 335-360. Para outros exemplos de espaços fixos de exibição ao redor do mundo nesse período, ver Richard Abel, “Early Film Programs: An Overture, Five Acts, and an Interlude”, em André Gaudreault, Nicolas Dulac e Santiago Hidalgo (orgs.), *A Companion to Early Cinema*, Malden: Wiley-Blackwell, 2012, p. 345.

[6] Apesar de filmagens pioneiras terem sido feitas por Afonso Segreto desde seu retorno da Europa, em julho de 1898, onde comprou equipamentos, essas vistas locais não foram exibidas naquele ano diante do incêndio do Salão Paris no Rio, em 8 de agosto. O animatógrafo de Paschoal Segreto (já sem o sócio Cunha Sales), localizado na rua do Ouvidor, n. 141, só foi reinaugurado em janeiro de 1899, quando o proprietário finalmente “pôde manter a promessa feita há tempos a respeito da exposição de vistas nacionais brasileiras”, conforme escreveu no jornal de divulgação *Animatographo*, publicado por ocasião da reabertura do Salão Paris no Rio (*Animatographo*, s.d. [c. jan. 1899], p. 1). Um folheto posterior, mas do mesmo ano, também destacou a exibição de “vistas brasileiras, reproduzindo todos os mais recentes e importantes acontecimentos da vida nacional”, que haviam sido “feitas especialmente para este Salão”. O folheto não indicava data precisa, mas seu texto dizia aproveitar as festas por ocasião da visita ao Brasil do presidente da Argentina, Julio Roca, que ocorreu em agosto de 1899 (Salão Paris no Rio, s.d. [c. ago. 1899], ARC. 16.1.18(2), Fundação Biblioteca Nacional).

[7] O italiano Guisepe Filippi foi responsável pelas primeiras filmagens realizadas nos estados do Paraná e Rio Grande do Sul. Ver Alice Dubina Trusz, *Entre lanternas mágicas e cinematógrafos: as origens do espetáculo cinematográfico em Porto Alegre: 1861-1908*, São Paulo: Ecofalante, 2010.

Exibições de fitas ao ar livre, eventualmente gratuitas, às vezes entremeadas de anúncios publicitários, aos poucos também passaram a ser mais frequentes, fossem nas praças e avenidas das maiores cidades (sendo genericamente chamadas de *cinema-reclame*), ou em festas populares e quermesses pelo Brasil. As projeções também se tornaram atrações eventuais ou regulares em circos, cafés-concertos e parques de diversões, assim como em cervejarias, confeitarias e outros espaços de consumo de bebida e comida.

Se, em um primeiro momento, o cinematógrafo foi apresentado como a demonstração de uma novidade tecnológica, nos primeiros anos do século 20 sua atração para um público já familiarizado com ele passou a depender cada vez mais do interesse e ineditismo dos filmes e da qualidade da projeção, de modo que superasse as constantes reclamações dos espectadores sobre a instabilidade das imagens e oscilação da claridade na tela. Afinal, esse foi também um período de estabilização da tecnologia de projeção cinematográfica em relação ao momento inicial de circulação de diversos aparatos e artefatos não compatíveis e concorrentes.⁸

Importante ressaltar que esse mesmo momento coincidiu ainda com as amplas reformas urbanas realizadas no Rio de Janeiro, então capital federal, inspiradas pela remodelação de Paris no século 19. O marco desse processo foi a abertura da avenida Central, que teve como contrapartida o chamado “bota abaixo” e a tentativa de expulsão da população mais pobre da região central da cidade.⁹ Esse movimento esteve aliado à criminalização das práticas sociais, religiosas e culturais, em particular, dos afrodescendentes.¹⁰

[8] Ver Deac Rossell, “‘Demolition d’un mur’: The Social Construction of Technology and Early Cinema Projection Systems”, *Early Popular Visual Culture*, v. 12, n. 3, 2014, pp. 304-341.

[9] Luiz Antonio Simas apontou o “aparente paradoxo” dessa população pobre, cujas habitações foram demolidas, ser necessária para exercer trabalhos braçais no centro da cidade, levando essas famílias a ocuparem os morros (dando origem às favelas), ainda na região central do Rio, como alternativa a se mudarem para os distantes subúrbios. Ver Luiz Antonio Simas, “Dos arredores da Praça Onze aos terreiros de Oswaldo Cruz: uma cidade de pequenas Áfricas”, *Z Cultural*, v. 11, n. 1, 2016.

[10] “Nesta cidade marcada pela tentativa dos detentores do poder de extirpar as referências à herança africana, as diversas manifestações culturais das populações negras, exatamente aquelas que engendraram novos laços de sociabilidade e reforçavam convívios comunitários, eram sistematicamente perseguidas: a roda de samba, as festas religiosas, as maltas de capoeira, os blocos carnavalescos e batuques diversos”, em L. A. Simas, “Dos arredores da Praça Onze aos terreiros de Oswaldo Cruz: uma cidade de pequenas Áfricas”, *Z Cultural*, v. 11, n. 1, 2016.

A abertura de novas e amplas vias, a construção de grandes e modernos edifícios, e as obras de saneamento e paisagismo visavam deixar para trás, em partes privilegiadas da capital, os passados colonial e monárquico de um “país ansioso por se estabelecer como moderno e cosmopolita”.¹¹ A então recente República se estabilizava politicamente, sendo firmado um acordo entre as oligarquias estaduais após os primeiros e turbulentos anos do novo regime. Como “vitrine ou laboratório”¹² do Brasil, a renovação urbana do Rio de Janeiro inspirou intervenções semelhantes nas mais diversas cidades brasileiras, conjugadas ao impulso de valorização do espaço público, mas também de sua segregação. Acompanhando a remodelação dessas zonas urbanas, surgiram novas atrações e formas de consumo destinadas às classes médias e altas nas principais ruas e avenidas, como os cinematógrafos, termo que também passou a designar as salas fixas especialmente dedicadas à projeção de filmes.

Mas a proliferação de estabelecimentos comerciais que ofereciam exibições cinematográficas para um público pagante teve como condição fundamental o desenvolvimento da atividade de distribuição de filmes, um novo campo de atuação profissional dentro do tradicional ramo da importação de produtos industrializados. Isso pode ser verificado no caso específico de outro pioneiro espaço de exibição regular de filmes no Rio de Janeiro, administrado por um imigrante europeu com bom faro para negócios: o português Arnaldo Gomes de Souza.

No final do século 19, Arnaldo trabalhava como ourives, empregando-se numa joalheria da qual, posteriormente, se tornaria sócio.¹³ Em 1901, ele obteve a concessão para explorar um botequim ao ar livre nos elegantes jardins do Passeio Público, no centro do Rio de Janeiro.¹⁴ Arnaldo investiria no comércio

[11] Bruno Carvalho, *Cidade porosa: dois séculos de história cultural do Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: Objetiva, 2019, p. 30.

[12] B. Carvalho, *Cidade porosa: dois séculos de história cultural do Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: Objetiva, 2019, p. 30.

[13] Em 1896, Luiza Ritt Dias, viúva de Arthur Dias, formou sociedade com Arnaldo na firma Arnaldo de Souza & Cia, para joalheira e ourivesaria, na rua dos Ourives, n. 96 (*Jornal do Commercio*, 30 ago. 1896, p. 9).

[14] *Gazeta de notícias*, 8 out. 1901, p. 3. O botequim é um “estabelecimento comercial popular [...] dedicado à venda de bebidas, tira-gostos, sanduíches e, eventualmente, refeições de pratos simples”. Palavra oriunda do português e espanhol, já estava presente no léxico brasileiro desde meados do século 19, enquanto seu sinônimo, “bar”, de origem inglesa, é mais recente (Nei Lopes e Luiz Antonio Simas, *Dicionário da história social do samba*, Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015. E-book).

de comidas e bebidas, vindo a assumir a concessão também de botequins no Derby Clube e no Jockey Clube, outros espaços frequentados pelos cariocas abastados. Mas o estabelecimento no Passeio Público (figura 1), renovado por Arnaldo, foi seu mais conhecido empreendimento, uma vez que o local foi particularmente beneficiado pelas amplas reformas urbanas iniciadas, a partir de 1902, pelo prefeito Francisco Pereira Passos, que teria, aliás, auxiliado Arnaldo a obter a concessão do botequim.¹⁵

Arnaldo conseguiu ainda o apoio da Companhia Cervejaria Brahma, que forneceu as mesas e cadeiras, em troca da exclusividade na venda das bebidas, numa época em que a cerveja se transformava na bebida preferida dos cariocas.¹⁶ Arnaldo também cercou seu botequim de diversões gratuitas para seus clientes, como o João Minhoca (um teatro de bonecos) e atrações musicais, e organizou festas e quermesses que, com o apoio da imprensa, tornaram o local bastante conhecido.¹⁷

Segundo um relato memorialístico, frequentemente citado, Arnaldo teria sido convencido pelo exibidor itinerante italiano Vittorio (ou Victor) Di Maio (1852-1926), vindo de São Paulo, a realizar projeções cinematográficas em seu botequim no Passeio Público. Sem fornecimento de eletricidade, mas improvisando com um gerador a gás e um pano branco amarrado a duas árvores, Arnaldo iniciou as projeções que fizeram sucesso como mais uma diversão gratuita associada à música e ao consumo de cerveja, transformando o local, segundo suas palavras, em “um ponto de reunião obrigatório das melhores famílias do Rio de Janeiro”.¹⁸

[15] Pereira Passos teria conhecido Arnaldo como cliente de sua joalheria. Entrevista com Isaac Frankel reproduzida em: “Foi um dos pioneiros do cinema no Brasil”, *O Globo*, 15 mar. 1941, p. 5.

[16] A. Gonzaga, *Palácios e poeiras: 100 anos de cinema no Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: Record, 1996, p. 72. Como bem apontou José Ramos Tinhorão, uma das únicas fotografias conhecidas do bar de Arnaldo Gomes de Souza, de autoria de Augusto Malta, mostra o pano de boca de seu teatrinho com publicidade da Brahma, confirmando a parceria (José Ramos Tinhorão, *Os sons que vêm da rua*, São Paulo: Editora 34, 2005, p. 149). A fotografia pode ser vista no site da Brasileira Fotográfica. Disponível em <<https://brasilianafotografica.bn.gov.br/brasiliana/handle/20.500.12156.1/2425>>. Acesso em 23 jan. 2020.

[17] O contrato de arrendamento do espaço do botequim do Passeio Público, com prazo inicial de cinco anos, estabelecia que as diversões oferecidas pelo concessionário não poderiam ser cobradas do público (*Gazeta de Notícias*, 15 nov. 1901, p. 2).

[18] “Dos tempos de Bertini à geração de Greta Garbo”, *Cinearte*, v. 9, n. 402, 1 nov. 1934, p. 27.

As principais fontes indicam o início das projeções cinematográficas no botequim de Arnaldo em 1905, mas elas efetivamente começaram no ano anterior. Já em 8 de março de 1904, foi anunciada na programação do Passeio Público a exibição, “pela primeira vez”, de “um poderoso biógrafo inglês”. A única sessão diária ao ar livre era noturna (às 19h30), com entrada franca e tendo como uma das atrações a “luz elétrica”.¹⁹

Novas exibições só foram divulgadas pelos jornais dali a um ano, na Sexta-feira Santa, quando foram promovidas exibições de vistas sacras por um “cinematógrafo Lumière” no Passeio Público.²⁰ Por outro lado, poucas semanas depois, em maio de 1905, conforme a bem-humorada descrição feita por um jornalista sobre os passeios dominicais dos cariocas no Passeio Público, essas projeções noturnas já eram consideradas comuns:

Logo à entrada [do Passeio Público] esbarra-se com o porteiro, quase sempre velho, uniformizado e impertinente para algum descuidado que pisa a grama, não obstante as enormes placas de aviso.

Eis o botequim ao ar livre.

Mesas de pedra mármore com bancos de madeira e cadeiras de ferro, quase sempre cheias.

Pelas árvores, aos lados, suspensos em arame, vários cartazes-reclames de bebidas; ao fundo a copa, de onde saem os garçons com os pedidos e sobre a porta, abaixo de um coreto, a tabela de preços, um pouco salgados, o que não é de admirar, visto estarmos perto do mar.

Em um tablado de madeira, de vez em quando se esgoela uma cantora, acompanhada pelo piano, e defronte à copa, no alto, uma tela branca que recebe as projeções de um estafadíssimo biógrafo, que o pessoal do sereno aplaude, bem como a cantora.²¹

Trata-se de uma transcrição da carta enviada por Arnaldo Gomes de Souza, publicada na íntegra em *Diário Português*, 10 out. 1934. Outras informações em: C. J. Dunlop, “Rio Antigo”, *Singra: suplemento intergráfico*, v. 7, n. 111, 1954, p. 15. Ambas as reportagens possuem cópias no fundo Família Ferrez: FF:GF 4.0.3.1.9 e FF:GF 4.0.3.1.39.

[19] *Jornal do Brasil*, 8 mar. 1904, p. 3 e 6. Somente em 1911 seria inaugurado o fornecimento regular de eletricidade no Passeio Público (*Jornal do Commercio*, 20 nov. 1911, p. 3).

[20] *Jornal do Brasil*, 20 abr. 1905, p. 6.

[21] *Rio Nu*, 27 maio 1905, p. 3.

Talvez o cinematógrafo Lumière tenha sido adquirido de Di Maio, em 1905, embora o primeiro contato entre eles provavelmente ocorreu mesmo em 1904.²² Independente de quando tenha ocorrido precisamente, é importante destacar que o principal entrave lembrado por Arnaldo, décadas mais tarde, foi que Di Maio teria somente “doze ou quinze películas de limitada metragem”.²³

Ou seja, mesmo projetando filmes com relativa regularidade e sucesso num espaço fixo, as exibições permaneciam uma atração secundária sem um estoque mais amplo ou um fornecimento constante de cópias novas. O popular “centro de diversões” de Arnaldo, como a imprensa passou a chamar seu botiquim, sofria da mesma limitação de outras iniciativas semelhantes. A distribuição de filmes era a condição indispensável para o surgimento e expansão de salas fixas, com ingressos pagos, exclusivamente dedicadas a projeções cinematográficas. Mas Arnaldo teria um papel fundamental nessa mudança quando se associou àquele que seria o pioneiro distribuidor de filmes no Brasil.

[22] É válido ressaltar que Di Maio tinha se apresentado com um cinematógrafo Lumière no Rio de Janeiro e em Santos, em 1902. Anotações de Adhemar Gonzaga de entrevista com Luciano Ferrez indicam o retorno ao Rio de Janeiro de Di Maio, então “falido”, em 1904 (Arquivo Cinédia).

[23] Dos tempos de Bertini à geração de Greta Garbo, *Cinearte*, v. 9, n. 402, 1 nov. 1934, p. 27.

Capítulo 1

A formação do mercado: 1907–1908

A representação da Pathé Frères no Brasil por Marc Ferrez

O fenômeno do surgimento e expansão de salas fixas de cinema no Brasil dependeu de vários fatores, mas o abastecimento regular de filmes novos foi um dos principais. Em seu fundamental estudo, Richard Abel demonstrou como a presença dos filmes franceses da Pathé Frères no mercado americano foi a mais importante condição para a proliferação de pequenos estabelecimentos comerciais urbanos convertidos em salas de projeção, os chamados *nickelodeons*, entre 1905 e 1906.¹ Da mesma forma, os filmes da Pathé Frères, importados pelo seu agente exclusivo no Brasil, Marc Ferrez, foi o fator crucial para a sedentarização da exibição cinematográfica no Brasil. Podemos afirmar que a atuação da empresa familiar do fotógrafo e comerciante Marc Ferrez (1843–1923) – a primeira distribuidora de filmes do país – foi instrumental na criação do mercado cinematográfico brasileiro.

Marc Ferrez era o filho mais novo de um escultor que veio ao Brasil na Missão Artística Francesa. Os pais de Marc morreram prematuramente e ele foi enviado, ainda criança, para viver na França. Retornou ao Brasil alguns anos mais tarde, onde aprendeu o ofício de fotógrafo. Em 1868, abriu a firma Marc Ferrez & Cia e, além do trabalho como fotógrafo oficial da marinha brasileira e de importantes obras públicas, tornou-se importador de aparelhos óticos e fotográficos, prosperando como empresário. Em fins do século 19, ampliou sua

[1] Richard Abel, *The Red Rooster Scare: Making Cinema American, 1900–1910*, Berkeley: University of California Press, 1999, p. 20.

oferta de equipamentos, podendo ser considerado um “fotógrafo consagrado e comerciante de sucesso”.²

Com experiência na feitura e projeção de placas fotográficas para lanternas mágicas, em 1905 Marc Ferrez já tinha incluído a comercialização de equipamentos e filmes cinematográficos em seus negócios. A empresa contava com a crescente participação de seus filhos, Julio (1881–1946) e Luciano (1884–1955), que, entre si, se chamavam Jules e Lucién.

Um catálogo de produtos de 1905 comprova que, nesse ano, a empresa Marc Ferrez já vendia todo o material necessário para o cliente que desejasse entrar para o ramo da exibição cinematográfica, como cópias de filmes, tela, projetor e lanterna, além de placas de vistas fixas (isto é, de lanternas mágicas) para serem alternadas com os filmes, ainda bastante breves.³ Mas o texto de apresentação dos equipamentos de cinema do catálogo da empresa dava a entender que a itinerância ainda era o principal formato de exibição cinematográfica no país, sugerindo aos seus potenciais clientes “montar uma empresa para exploração das cidades e centros do interior dos nossos estados”.⁴

Nesse sentido, o pacote de produtos sugerido pelo catálogo de 1905 incluía como quantidade mínima 300 metros de fitas cinematográficas “sortidas”, suficientes para um único espetáculo. O preço de venda das cópias era alto, 2\$500 réis o metro, sendo oferecidas também aos interessados “as listas de fitas em *stock*”, havendo a indicação do recebimento mensal de novos filmes. Importante ressaltar que o programa mínimo com 300 metros custava 750\$000 réis,

[2] Ileana Pradilla Ceron, *Marc Ferrez: uma cronologia da vida e obra*, São Paulo: Instituto Moreira Salles, 2019, p. 84.

[3] Nessa época, o projetor cinematográfico era comercializado separadamente da lanterna (onde ficava a fonte luminosa), consistindo apenas no aparelho para movimentação da película à frente do conjunto ótico. As lanternas para projeção de vistas fixas do catálogo de Marc Ferrez vinham, em geral, com lâmpadas de querosene. Para a projeção de filmes, o catálogo sugeria o uso da luz oxietérica, mais forte que a lâmpada de querosene e semelhante à lâmpada elétrica, mas que dispensava o fornecimento regular de eletricidade, ainda limitado no Brasil. Para gerar a luz oxietérica, bastava um oxigerador, um saturador e bastões de cal. Aparelhos, Marc Ferrez comercializava um modelo fabricado em Paris por Alfred Molteni. Seu funcionamento se dava através da saturação do oxigênio pelo éter que permitia manter o bastão de cal incandescente. Entretanto, a luz oxietérica era considerada perigosa, especialmente ao ser usada com os altamente inflamáveis filmes de nitrato de celulose.

[4] Marc Ferrez, *Machinas e acessórios para photographia, productos chimicos etc.*, Rio de Janeiro: Typographia L'Étoile du Sud, 1905, p. 54.

mais caro que o aparelho de projeção completo (sem fabricante identificado), oferecido por 600\$000 réis. Esses 300 metros (ou 1.000 pés) de comprimento equivaliam ao rolo de filmes padrão, que tinha duração aproximada de 15 a 17 minutos.⁵ Como tradicionais comerciantes de materiais fotográficos, o principal foco de Marc Ferrez, em 1905, ainda era a venda de equipamentos e acessórios de projeção, sendo as cópias de filmes um item indispensável para demonstrar o aparelho em funcionamento.⁶

Voltando à Arnaldo Gomes de Souza, diante da boa recepção de seus clientes às projeções, e frente às limitações do pequeno estoque de Di Maio, o empresário passou a adquirir cópias com Marc Ferrez. Ao descrever o sucesso das esparsas exhibições de filmes ao ar livre no Passeio Público, apesar do “pouco variado repertório”, o historiador Charles Dunlop escreveu: “Foi mais ou menos nessa época que Marc Ferrez [...] regressava da França, onde fizera amizade com Charles Pathé. Tendo trazido a representação dos filmes da fábrica Pathé Frères, de Paris, passou a vendê-los a Arnaldo de Souza [...]. Certo dia, Marc Ferrez propôs a Arnaldo de Souza montarem juntos um grande cinema na Avenida Central, que acabava de ser aberta”.⁷

O pioneiro artigo de Dunlop é precioso, mas comprime temporalmente os acontecimentos através do impreciso “mais ou menos nessa época” e, principalmente, inverte a ordem dos acontecimentos. Os Ferrez começaram a vender cópias de filmes da Pathé Frères para Arnaldo Gomes de Souza antes de se tornarem representantes da fábrica francesa.

Em outubro de 1905, um anúncio nos jornais das exhibições no Passeio Público destacou novamente o “cinematographo Lumier [*sic*] aperfeiçoado”, mas,

[5] O padrão do rolo de 300 metros se adequava aos projetores, aos carretéis nos quais os filmes eram dispostos e às latas nas quais eles eram transportados. A duração de um rolo variava de acordo com a velocidade do projetor, operado manualmente pelo operador na ausência de motores elétricos, como seria comum nas exhibições itinerantes. A julgar por informações esparsas publicadas na imprensa brasileira sobre a duração dos filmes, aparentemente até a década de 1910 a velocidade de projeção usada no Brasil era mais próxima de 18 fotogramas por segundo do que de 16.

[6] M. Ferrez, *Machinas e acessórios para photographia, productos chimicos etc.*, Rio de Janeiro: Typographia L'Étoile du Sud, 1905, p. 55.

[7] J. C. Dunlop, “Chopp berrante do Passeio Público”, *Revista G.E.* n° 13, out.-dez., 1956, p. 8. Outras fontes indicam ter sido o filho Julio Ferrez, e não Marc, quem primeiro travou relações com Charles Pathé. Essa hipótese é improvável, dado que as correspondências de Charles Pathé foram sempre direcionadas diretamente ao patriarca Marc.

sobretudo, as “novas coleções de vistas da atualidade chegadas da Europa expressamente para este extraordinário aparelho!”⁸ Essas novas vistas podem ter sido novamente fornecidas por Di Maio ou quiçá pelos Ferrez, embora a imprensa não tenha feito referência à Pathé ou qualquer outro fabricante. De qualquer forma, no catálogo da Casa Marc Ferrez editado nesse mesmo ano de 1905, assim como em anúncios da empresa publicados entre junho e agosto de 1906 (figura 2), também não havia ainda menção alguma a equipamentos ou filmes especificamente da Pathé Frères.

Mas é justamente a partir do segundo semestre de 1906 que começam a surgir indicações na imprensa sobre o uso de projetor e filmes Pathé Frères nas exibições no Passeio Público, indício mais concreto do estabelecimento de relações comerciais entre os Ferrez e Arnaldo.⁹ Em agosto de 1906, por exemplo, foi anunciada a exibição no biógrafo do botequim ao ar livre das “últimas novidades da Casa Pathé Frères, de Paris”, incluindo *Os pequenos vagabundos* (*Les petits vagabonds*, dir. Lucien Nonguet, 1905).¹⁰

Já em 4 de março de 1907, uma crônica do conhecido dramaturgo Artur Azevedo relatou sua ida, num sábado à noite, para assistir a uma nova fita no “animatógrafo que tanta animação tem dado ao velho Jardim de Luiz de Vasconcellos”, referindo-se ao vice-rei que, no século 18, ordenou a construção do Passeio Público. O dramaturgo descreveu suas impressões da exibição de uma “fita colorida” sobre os martírios da inquisição – certamente se referindo à produção da Pathé Frères *Les martyrs de l’inquisition* (dir. Lucien Nonguet, 1905) –, com “o espectador tranquilamente sentado diante de seu copo de cerveja ou da sua limonada, vendo passar diante dos olhos todos aqueles horrores”. Sabiamente, dizia o dramaturgo, o sr. Arnaldo, em seguida, buscou alegrar sua plateia exibindo uma fita cômica como *Estreia de um chauffeur* – seguramente *Les debuts d’un chauffeur* (dir. Georges Hatot e Albert Capellani, 1906), também da Pathé Frères. Por fim, a qualidade da projeção foi elogiada, pois Azevedo afirmou que o “animatógrafo do Passeio não treme como o da Avenida” – referindo-se ao

[8] *Correio da Manhã*, 28 out. 1905, p. 6.

[9] Em uma carta de pêsames à família por ocasião do falecimento de Marc Ferrez, em 1923, a francesa Marie Telan afirmou tê-lo conhecido em 1906, na “Maison Pathé”, onde ela trabalhava, o que indica a (primeira?) visita do brasileiro à fábrica francesa nesse ano. Ver carta de Marie Telan – Pathé Consortium para Julio e Luciano Ferrez, 20 jan. 1923. FF-MF 2.4.1.2.7, AN.

[10] *Gazeta de Notícias*, 11 ago. 1906, p. 6, em Vicente de Paula Araújo, *A bela época do cinema brasileiro*, São Paulo: Perspectiva, 1976, pp. 185-186.

cinema-reclame apelidado, aliás, de *treme-treme* –, sugerindo o uso do mais moderno e aperfeiçoado projetor Pathé Frères, efetivamente anunciado na programação do Passeio Público publicada em jornais naquele mesmo mês.¹¹

É evidente, porém, que os títulos da Pathé Frères exibidos no Passeio Público até o início de 1907, mesmo se comprados à Casa Marc Ferrez, não eram filmes recentes e nem absolutas “novidades”, mas produções geralmente do ano anterior ou mesmo mais antigas, algumas até já exibidas previamente na cidade por exibidores itinerantes. Um depoimento retrospectivo de Julio reforça o entendimento de um primeiro momento de venda esporádica de cópias de filmes da Pathé Frères para exibição no Passeio Público antes da obtenção da representação da fábrica francesa para o Brasil: “N’este tempo Marc Ferrez começava a receber algumas fitas de Pathé e eu procurava o Arnaldo para lh’as vender. Passava primeiro para ver o efeito sobre o público e só comprava depois de comprovado sucesso... inútil dizer que regateava sempre”.¹²

Portanto, de exigente cliente na compra de filmes para exibições gratuitas em seu bar ao ar livre, Arnaldo iria se tornar sócio de Marc Ferrez na abertura de um cinema fixo. Na verdade, o fornecimento de filmes para as comentadas projeções no Passeio Público deve ter sido o incentivo necessário para que os Ferrez dessem um salto em seus negócios com cinema.¹³

Afinal, a percepção de uma demanda potencialmente crescente estimulou o interesse pelo aumento da importação que permitisse ampliar a oferta do produto. Essa mudança fundamental para os negócios dos Ferrez foi, certamente, impulsionada pela possibilidade de obtenção da representação dos filmes e equipamentos da Pathé Frères no Brasil. Passando a concentrar sua atuação no aluguel e venda de filmes e projetores, Marc Ferrez tornou-se o pioneiro distribuidor cinematográfico do Brasil.

[11] A. A. (pseud. Artur Azevedo), “Palestra”, *O Paiz*, 4 mar. 1907, p. 1; *Jornal do Brasil*, 28 mar. 1907, p. 6.

[12] “Do cinema do Passeio Público para a Avenida”, s.d., FF-JF 2.0.2.1.3, AN.

[13] Alice Gonzaga afirmou que a parceria de Ferrez e Arnaldo no Passeio Público durou somente um ano, até 1906. Entretanto, anúncios publicados na imprensa revelam que ela se manteve por mais tempo. Um anúncio de 1908, por exemplo, descrevendo a programação de filmes, músicos e teatro de fantoches, explicitava: “Aparelhos e fitas adquiridas na casa Marc Ferrez & Filhos, únicos agentes da Pathé Frères no Brasil” (*Jornal do Brasil*, 10 abr. 1908, p. 12). Ver A. Gonzaga, *Palácios e poeiras: 100 anos de cinema no Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: Record, 1996, p. 73.

Embora seja consenso entre os estudiosos que a representação da Pathé Frères por Marc Ferrez foi um marco fundamental na história do cinema no Brasil, não houve concordância sobre a data de assinatura desse contrato, tendo sido aventado que ela ocorreu entre 1905 e 1908.¹⁴ O mais provável é que a representação tenha sido concedida nos primeiros meses de 1907. Afinal, a primeira notícia localizada a esse respeito, nesta pesquisa, foi um anúncio publicado no *Jornal do Commercio*, em 11 de março de 1907, no qual Marc Ferrez já se intitulava “agente exclusivo para todo o Brasil” da Pathé Frères.

Assim, mesmo com o contrato de Marc Ferrez com a Pathé Frères tendo sido provavelmente assinado entre janeiro e março de 1907, o início das importações regulares de filmes inéditos foi adiado até a abertura de uma sala de cinema que garantisse seu escoamento, o que ocorreu apenas em setembro daquele ano.¹⁵

Mais além, foi a obtenção da representação da Pathé Frères que motivou os Ferrez a proporem sociedade a Arnaldo na abertura de uma sala fixa, negócio em que a maior parte do capital veio da família Ferrez. O sucesso das projeções como uma atração gratuita para os clientes do botequim levou o comerciante a se associar à abertura de um espaço dedicado exclusivamente à exibição de filmes, conseguindo um empréstimo para entrar com a sua parte do capital. Por outro lado, o contrato com a Pathé Frères fez com que o cinema começasse a sobrepujar a fotografia nos negócios da família Ferrez, que passaram a ser feitos através da empresa Marc Ferrez & Filhos (MF&F), oficialmente criada em 1º de outubro de 1907.¹⁶

As relações pessoais e profissionais estabelecidas na França por Marc Ferrez, no campo da fotografia, devem ter permitido que sua empresa obtivesse a

[14] Por não existir no fundo Família Ferrez o contrato original entre a Pathé Frères e Marc Ferrez, William Condé sugeriu que ele teria sido assinado entre o final de 1907 e o início de 1908, mesma conclusão de Julio Lucchesi Moraes. Em textos diferentes, Gilberto Ferrez afirmou ter sido em 1905 ou 1906. Ver William Nunes Condé, *Marc Ferrez & Filhos: comércio, distribuição e exibição nos primórdios do cinema brasileiro (1905-1912)* (dissertação), UFRJ, 2012, p. 45; Julio Lucchesi Moraes, “Notas para uma história econômica do cinema brasileiro: o caso da firma Marc Ferrez & Filhos (1907-1917)”, *Revista da Cinemateca Brasileira*, n. 2, jul. 2013, p. 27; Gilberto Ferrez, “Pathé: 80 anos na vida do Rio”, *Filme Cultura*, n. 47, ago. 1986, p. 37; Gilberto Ferrez, “Ligeira biografia de Marc Ferrez (o fotógrafo)”, s.d., p. 15, FF:GF 2.22.3.1, AN.

[15] O fato de o contrato entre a Pathé e os Ferrez ter sido renovado pela primeira vez em fevereiro de 1908, também pode indicar que, possivelmente tendo duração inicial de um ano, o primeiro acordo teria sido acertado provavelmente no início de 1907. Ver nota 52 (*infra*).

[16] Marc Ferrez & Filhos, Contrato de sociedade, 1 out. 1907, p. 1, FF-FMF 2.03, AN.

representação da Pathé Frères no Brasil, no momento em que ela dominava o mercado cinematográfico mundial. Conforme Richard Abel, entre 1902 e 1907, a Pathé Frères havia se elevado de uma das quatro principais companhias cinematográficas francesas para a maior do mundo. O sucesso da empresa se deveu, principalmente, à exploração dos baixos custos de produção de filmes, ao estabelecimento da primeira rede mundial de distribuição cinematográfica, do aproveitamento do *boom* dos *nickelodeons* nos Estados Unidos e do monopólio da exibição de filmes nas feiras francesas (*fêtes foraines*). Essa dominação do mercado mundial foi mantida, entre 1907 e 1911, através do fornecimento regular de cópias para as milhares de salas de cinema surgidas nesse período para explorar o mercado aberto pela própria Pathé, o que foi possibilitado pelo enorme volume de produção semanal de novos filmes, valorizados por um sistema mecanizado exclusivo de colorização (por estêncil) e pelo sucesso de alguns dos primeiros astros do cinema.¹⁷

A representação da Pathé Frères teria sido concedida aos Ferrez por um período inicial de avaliação. Em outro depoimento retrospectivo, Julio Ferrez relatou que a companhia francesa impôs como condição inicial para lhes conceder a representação para o Brasil que a MF&F atingisse um milhão de francos em vendas de filmes e equipamentos no primeiro ano – o que eles teriam conseguido.¹⁸ Uma relação de confiança foi estabelecida gradualmente, como se depreende, por exemplo, de carta enviada por Charles Pathé a Marc Ferrez, em 1911, a respeito da renovação do contrato de representação, na qual o presidente da companhia francesa dizia oferecer melhores condições, diferentes daquelas que “regem nossas relações atuais e que passaram pelo teste da experiência”.¹⁹

Por outro lado, delegar um agente para o Brasil fazia parte da estratégia em curso da Pathé Frères de ampliação de sua rede mundial de distribuição de

[17] Richard Abel, *The Ciné Goes to Town: French Cinema 1896–1914*, 2 ed., Berkeley e Los Angeles: University of California Press, 1998, pp. 19–46.

[18] Escrito por papae (Julio Ferrez), s.d. [c. 1932], FF:GF 4.1.2.1.1, AN. Esse valor parece exagerado levando em consideração que, no início da década de 1910, a MF&F importava anualmente cerca de 600 mil francos em filmes da Pathé Frères. Entretanto, é possível que nesse primeiro ano, entre 1907 e 1908, a importação de projetores tenha representado uma parcela mais significativa do valor total, uma vez que os equipamentos da fábrica francesa foram comercializados em larga escala pelos Ferrez no Brasil. Também é possível haver alguma imprecisão nesse relato feito por Julio Ferrez décadas após os acontecimentos.

[19] Carta de Charles Pathé a Marc Ferrez, 13 mai 1911, FF:FMF 2.0.1.12, AN. Tradução do francês.

filmes e equipamentos. As mudanças no papel timbrado utilizado pela companhia francesa na correspondência com a MF&F, ao longo de 1908, evidenciam sua expansão global. Se numa versão do timbre eram listadas as inúmeras sucursais na Europa, América do Norte e Ásia, na versão seguinte, além das sucursais, passaram a ser elencados seus agentes, que agora abarcavam também a América Latina e o extremo Oriente.²⁰

Nesse contexto, em julho de 1907, a Pathé Frères anunciou que encerraria a venda de cópias na França, passando a trabalhar apenas com aluguel das mesmas, com o objetivo de retirar cópias antigas de circulação que saturavam o mercado e competiam com seus lançamentos regulares.²¹ Mesmo tendo continuado a vender cópias para o exterior, é provável que a estratégia da Pathé Frères tenha motivado a MF&F a priorizar o aluguel de cópias de filmes inéditos e fomentar a criação de salas fixas no Brasil, dando ela mesma o exemplo.

A febre do cinema no Rio de Janeiro e o diferencial do cinematógrafo Pathé

Embora a representação pela MF&F, tanto de filmes quanto de equipamentos da Pathé Frères, tenha sido fundamental para o desenvolvimento do mercado cinematográfico brasileiro, a família Ferrez não estava sozinha. Antes dela, o comerciante Jácomo Rosário Staffa abriu uma sala de exibição na luxuosa avenida Central, no centro do Rio de Janeiro, dando início à transformação do cinema numa verdadeira “febre” na capital federal. Staffa teria percebido, durante viagem a Nápoles, o potencial do novo negócio, mas precisou aguardar a reunião de capital

[20] Num dos timbres, além de serem indicadas apenas duas fábricas (ou estúdios, como chamaríamos hoje), localizadas em Joinville-Le Pont e Vincennes, eram listadas dezesseis sucursais: Amsterdã, Bruxelas, Berlim, Londres, Milão, Moscou, Nova York, Viena, Calcutá, Singapura, São Petersburgo, Odessa, Rostoff, Kiev, Varsóvia e Budapeste. Já no timbre de outra carta, além de serem relacionadas quatro fábricas (também em Montreuil e Chatou), mas apenas dez sucursais, eram listados agentes localizados nas seguintes cidades: Alexandria, Buenos Aires, Calcutá, Helsinque, Cidade do México, Rio de Janeiro, Shanghai e Tóquio. Ver Charles Pathé para Marc Ferrez & Filhos, 29 ago. 1908, FF:FMF 2.O.1.12, AN; Nome ilegível para Marc Ferrez, 16 jun. 1908, FF:FMF 2.O.1.12, AN.

[21] Jean-Jacques Meusy, *Paris-Palace ou le temps du cinéma (1894-1918)*, Paris: CNRS Éditions, 2002, pp. 181-182.

suficiente para inaugurar seu cinematógrafo, cuja novidade estava na estratégica localização como forma de atrair um público endinheirado, mas cobrando ingressos mais baratos que os dos teatros.²² Tanto para os Ferrez quanto para Staffa, a abertura da avenida Central no Rio de Janeiro foi um incentivo importante no impulso de abrirem uma sala fixa. O prestígio da localização no luxuoso *boulevard* seria um dos principais atrativos desses primeiros cinematógrafos, embora o alto custo do aluguel também tenha sido uma de suas maiores dificuldades.²³

O cinematógrafo Parisiense de Staffa foi inaugurado em 10 de agosto de 1907, no número 179 da avenida Central. Tendo fugido de casa na Itália e emigrado para o Rio de Janeiro ainda muito jovem, o calabrês Jácomo Rosário Staffa (1869–1927) conheceu dificuldades e pobreza.²⁴ Só mudou de vida quando ganhou no jogo do bicho e, com o dinheiro, começou a bancar apostas do jogo: “O Rio inteiro jogava. Comecei a ganhar dinheiro [...]. Abri então uma casinha de jogo nas vizinhanças do Jardim [Botânico, em Vila Isabel], pus-me a fazer concorrência ao inventor do ‘bicho’. Juntei economia”.²⁵ Constituindo família e necessitando demonstrar respeitabilidade, tornou-se proprietário, em 1902, de uma luxuosa charutaria na prestigiada rua do Ouvidor, possivelmente fachada para o jogo do bicho.²⁶ Entre outras atividades, Staffa tornou-se editor de cartões postais, o que o aproximava de Marc Ferrez, que também vinha comercializando suas fotografias em postais desde o início do século (figura 3).²⁷

[22] “Quem foi Staffa”, *Cinearte*, v. 2, n. 90, 16 nov. 1927, p. 31; José Inácio de Melo Souza, “A contribuição italiana ao cinema brasileiro”, *Recine: Revista do Festival Internacional de Cinema de Arquivo*, v. 8, n. 8, nov. 2011, p. 12. O preço médio da entrada que se estabeleceu nos primeiros cinematógrafos das capitais brasileiras era 1\$000 réis.

[23] Um jornalista apontou a novidade em relação à pioneira sala fixa de Paschoal Segreto: “Já tínhamos tido disso [...]. Mas era na rua do Ouvidor... Não fez grande efeito. O que era preciso era o cinematógrafo na Avenida... E ele veio para a Avenida”. João Phôer, “A cinematographomania”, *Jornal do Brasil*, 6 out. 1907, p. 7. Ver também: José Inácio de Melo Souza, *Imagens do passado: São Paulo e Rio de Janeiro nos primórdios do cinema*, São Paulo: Senac, 2004, pp. 128–129.

[24] Aos 12 anos, Staffa fugiu de casa, na Itália, desembarcando no Rio de Janeiro em 1882, onde passou a viver nas ruas, vendendo jornais, bilhetes de loteria e doces. “Quem foi Staffa”, *Cinearte*, v. 2, n. 90, 16 nov. 1927, p. 31.

[25] “Os triunfadores: a história do milionário Staffa”, *A Noite*, 10 jul. 1925 (recorte do Arquivo Cinédia). O jogo do bicho foi criado pelo Barão de Drummond, proprietário do Jardim Zoológico de Vila Isabel, em 1892, tendo sido proibido três anos depois.

[26] A charutaria de Staffa era ainda um misto de papelaria, loteria e engraxataria.

[27] A Casa Staffa editava postais “baratíssimos”, mas com imagens da cidade do Rio de

O sucesso do Grande Cinematógrafo Parisiense, seu nome original, incentivou Staffa a investir na nova atividade, abrindo, três meses depois, o vizinho cinematógrafo Moderno, no número 183. Como ficava claro nos anúncios publicados nos jornais, a ampla oferta de filmes era fundamental para o sucesso do empreendimento. O anúncio da futura inauguração do Parisiense já destacava, como diferenciais, as “exibições diárias” e o “grande sortimento de fitas”.²⁸ Tendo importado uma enorme quantidade de cópias de filmes da capital francesa que dava nome à sala de exibição, inclusive filmes da Pathé Frères, os anúncios do Parisiense em seus primeiros tempos de funcionamento passaram a destacar: “troca de fitas semanais por ter abundante estoque. Não haverá repetição”.²⁹ Talvez, parte dos alegados 100 contos de réis que Staffa teria juntado para dar início ao novo negócio – valor bem mais alto do que geralmente seria empregado na instalação de salas fixas nesse período – tenha sido gasto na compra desse abundante estoque de filmes.³⁰

Portanto, Staffa era um exibidor-importador: as cópias que ele comprava, após serem exibidas durante poucos dias no seu próprio cinema, eram

Janeiro de boa qualidade (de fotografos não identificados), tanto em preto e branco quanto coloridos. De fato, o escritor Luiz Edmundo se lembrou da Casa Staffa por “seus cartões-postais e o seu jogo do bicho”. Ver Paulo Berger, *O Rio de ontem no cartão postal: 1900-1930*, Rio de Janeiro: Rioarte, 1983, s.p.; Mariana Gonçalves Monteiro de Barros, *Marc Ferrez e o Rio de Janeiro de seu tempo* (tese), PUC-RJ, 2008, pp. 222-228; Luiz Edmundo, *O Rio de Janeiro do meu tempo*, Brasília: Senado Federal, 2003, p. 41.

[28] *O Malho*, v. 6, n. 256, 10 ago. 1907, p. 10.

[29] Provavelmente Staffa também comprou cópias usadas em São Paulo e ainda inéditos no Rio de Janeiro, já que muitos dos filmes lançados no Parisiense eram produções dos anos anteriores. Uma das primeiras fitas exibidas no Parisiense, por exemplo, foi *A viagem de um policial à volta do mundo* (*Le tour du monde d'un policier*, Pathé, 1906), como consta em anúncio do *Correio da Manhã* (18 set. 1907, p. 8). Esse mesmo filme já tinha sido exibido dez meses antes, no Teatro Sant'Ana, em São Paulo, pela empresa itinerante Star Company, em 1º de novembro de 1906 (Vicente de Paula Araújo, *Salões, circos e cinemas de São Paulo*, São Paulo: Perspectiva, 1981, p. 130).

[30] Segundo Alice Gonzaga, o capital necessário para a abertura de um cinematógrafo no Rio de Janeiro era de 5 a 30 contos de réis. Para São Paulo, Souza informou valores próximos, entre 9 e 50 contos de réis. A fortuna de 100 contos parece ter sido exagerada, mesmo considerando a possível despesa com a aquisição de um grande estoque de filmes novos na Europa, a não ser que tenha incluído também o aluguel do imóvel. A. Gonzaga, *Palácios e poeiras: 100 anos de cinema no Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: Record, 1996, p. 88; J. I. M. Souza, *Imagens do passado: São Paulo e Rio de Janeiro nos primórdios do cinema*, São Paulo: Senac, 2004, p. 207; “Quem foi Staffa”, *Cinearte*, v. 2, n. 90, 16 nov. 1927, p. 31.

incorporadas ao seu estoque para serem posteriormente reprisadas. Podiam, obviamente, ser também alugadas ou vendidas, o que ajudava a amortizar os custos da importação, tornando-o um *exibidor-distribuidor*. Consequentemente, a novidade era que, a partir da ampliação do circuito de salas fixas, esse exibidor-distribuidor, proprietário de um cinematógrafo cuja programação era renovada regularmente, não mais exploraria à exaustão, ele mesmo, um número limitado de cópias, como faziam os exibidores ambulantes até então. Agora, ele as estreava em sua sala – no caso de Staffa, no endereço mais nobre do Rio de Janeiro –, exibindo-as, em seguida, em outras salas de sua propriedade (como o cinematógrafo Moderno), ou repassando-as a outros exibidores que buscariam atrair espectadores de diferentes localidades ou classes sociais. Ou seja, com o estabelecimento de salas fixas, passavam a ser as cópias que se mantinham em circulação e não o exibidor. Ainda assim, a iniciativa de Staffa de compra de um grande conjunto de cópias para a formação de um estoque de filmes não era tão diferente da prática de outros empresários que já haviam se dedicado a espaços fixos de exibição de filmes antes dele, como o pioneiro Paschoal Segreto.

O negócio dos Ferrez seguiu um modelo novo, diferente daquele perseguido por Staffa. Um mês depois da inauguração do Parisiense, foi aberto o cinematógrafo Pathé, nos números 147 e 149 da mesma avenida Central, claramente superando seu concorrente em termos de dimensão, luxo e sofisticação (figuras 4 e 5).³¹ Como desdobramento do sucesso das projeções no Passeio Público, o cinematógrafo Pathé era uma sociedade entre Marc Ferrez e Arnaldo Gomes de Souza através da recém-criada firma Arnaldo & Cia. Nessa sociedade, competia ao sócio Marc Ferrez o fornecimento das fitas cinematográficas e a Arnaldo Gomes de Souza a “gerência, administração e direção dos espetáculos”.³² O contrato entre Arnaldo e os Ferrez impedia qualquer um dos dois sócios de abrir uma nova sala de cinema, com exceção daquela no Passeio Público, ainda em funcionamento, mas pertencente somente a Arnaldo.³³ Tratava-se, portanto, de uma sociedade em que os papéis de distribuidor (Ferrez) e

[31] O Parisiense foi inaugurado com 160 lugares, enquanto o Pathé possuía 350 e era localizado num trecho então mais valorizado da avenida Central.

[32] Arnaldo & C, “Escriptura de contrato de sociedade que entre si fazem Marc Ferrez e Arnaldo Gomes de Souza”, 21 out. 1907, FF-FMF 2.1.1, AN.

[33] Arnaldo & C, “Escriptura de contrato de sociedade que entre si fazem Marc Ferrez e Arnaldo Gomes de Souza”, 21 out 1907, FF-FMF 2.1.1, AN.

exibidor (Arnaldo) estavam delineados e separados, numa novidade em relação a exibidores-distribuidores como Staffa e aos vários outros empresários que abriram salas de cinema nos meses seguintes. Com a experiência adquirida à frente do botequim no Passeio Público, Arnaldo era responsável pelo dia a dia do cinema Pathé, enquanto os Ferrez se dedicavam, fundamentalmente, ao negócio da importação e comercialização de filmes.

A sociedade na Arnaldo & Cia era a garantia que Marc Ferrez precisava para se comprometer com a compra regular de um grande volume de cópias novas da França. O cinematógrafo Pathé passou a estreitar no Brasil os mais recentes filmes da Pathé Frères, importados diretamente da fábrica francesa pela MF&F. Além de, muito provavelmente, compensar o investimento na compra dos filmes (tal como se dava com Staffa), a exibição no cinematógrafo Pathé servia como vitrine para os demais negócios dos Ferrez como agentes exclusivos da Pathé Frères no país.³⁴

Parece evidente, portanto, que o contrato de representação da Pathé Frères por Marc Ferrez (depois Marc Ferrez & Filhos) foi assinado apenas alguns meses antes da abertura da nova sala de cinema, ocorrida em 18 de setembro de 1907, uma vez que o cinematógrafo Pathé teria sido planejado com a função de escoar as cópias novas que passariam a ser importadas em grande quantidade. Como se lembrou Julio Ferrez, “dera-se [ao cinema] o nome de Pathé para propaganda dos aparelhos e fitas que representávamos então”.³⁵ Ou seja, a montagem de uma sala fixa e a assinatura do contrato fizeram parte da mesma estratégia.

Os balanços mensais dos primeiros dois anos de funcionamento do cinematógrafo Pathé permitem avaliar como a sociedade entre Arnaldo e Ferrez foi

[34] Não será abordado neste livro o comércio de projetores, mas o cinematógrafo Pathé de Arnaldo & Cia também serviu para impulsionar a venda dos equipamentos de projeção. De fato, os projetores Pathé Frères, vendidos pela MF&F, tornaram-se os mais utilizados no Brasil até a década seguinte. Importante destacar que o novo contexto de exibição com o estabelecimento de salas fixas, ao não exigir mais projetores portáteis, passou a demandar, por um lado, melhor qualidade de projeção (para garantir a fidelização do público), e permitiu, por outro lado, maior investimento na compra de equipamento (por empresas exibidoras e não mais por indivíduos, como eram geralmente os itinerantes). Desse modo, cresceu a exigência por um novo tipo de projetor, mais confiável e de melhor acabamento, tal como os projetores Pathé (D. Rossell, “‘Demolition d’un mur’: The Social Construction of Technology and Early Cinema Projection Systems”, *Early Popular Visual Culture*, v. 12, n. 3, 2014, p. 323).

[35] Julio Ferrez, s.d. [c. 193-], FF:JF 2.O.2.1.1, AN.

vantajosa para ambos. O capital social da sociedade destinada a explorar o cinematógrafo Pathé era dividido em 15 contos de réis para cada sócio e o contrato ia de 1907 a 1910. A fortuna de 30 contos foi usada somente para pagar as “luvas”³⁶ do prédio onde o cinema foi instalado na avenida Central, que foi inteiramente arrendado, com o primeiro e o segundo andares sendo sublocados pela Arnaldo & Cia. Para a instalação do cinema (decoreação, equipamentos, mobiliário etc.), Marc Ferrez gastou cerca de 28 contos de réis.³⁷ Tratava-se de um vultoso investimento uma vez que, segundo relato de Julio Ferrez, o imóvel estava desocupado devido justamente ao caríssimo aluguel pedido pelo proprietário.³⁸

Mas o negócio revelou-se extremamente lucrativo: nos primeiros doze meses de funcionamento, a venda de entradas do cinematógrafo Pathé rendeu em média 36 contos de réis mensais o que, abatidas as despesas gerais, proporcionou lucros líquidos em torno de 10 contos, por mês, para cada um dos dois sócios. Eram descontados mensalmente 10% dos lucros brutos destinados ao pagamento das despesas de instalação, o que permitiu que o investimento inicial fosse praticamente recuperado em um ano.³⁹

Para avaliar a dimensão do enorme lucro líquido garantido pelo cinematógrafo Pathé, no contrato de criação da MF&F, em 1907, foi estabelecido que cada um dos três sócios (o pai e os dois filhos) poderia fazer retiradas mensais de 400 mil réis para suas “despesas particulares”. No Rio de Janeiro da época, um bom salário para um profissional liberal ou graduado funcionário público em fim de carreira girava entre 500 e 700 mil réis, aproximadamente. Já pequenos empregados e operários ganhavam, em geral, entre 100 e 200 mil réis mensais nas grandes cidades, embora muitos trabalhadores recebessem ainda menos. Portanto, se até então a família Ferrez – formada pelo casal Marc e Marie, e os filhos Julio (recém-casado com Claire Poncy) e Luciano (solteiro) – tinha a renda de uma família de classe média alta, os 10 contos de réis mensais lucrados com o cinematógrafo Pathé os deixavam ricos – e sem contar ainda com os lucros da própria MF&F.⁴⁰ De fotógrafos e comerciantes, tornaram-se os

[36] “Luvas” refere-se a um valor adicional ao aluguel, cobrado pelo proprietário, para a assinatura de contrato de locação, especialmente para imóveis comerciais em endereços valorizados.

[37] Arnaldo & C, “Balancetes mensais (1907–1909)”, FF:FMF 6.1.0.6.1, AN.

[38] Julio Ferrez, s.d. [c. 193-], FF:JF 2.0.2.1.1, AN.

[39] Julio Ferrez, s.d. [c. 193-], FF:JF 2.0.2.1.1, AN.

[40] No Rio de Janeiro, onde o custo de vida era mais alto, os salários eram superiores à média brasileira. Ver Marc Ferrez & Filhos, “Contrato de sociedade”, p. 2; Hildete Pereira de

maiores empresários do emergente ramo cinematográfico na capital federal. Não à toa, em 1910 o nome de Marc Ferrez estava na lista de “Capitalistas, banqueiros, proprietários e pessoas ricas” do Rio de Janeiro, publicada pelo *Almanak Laemmert*.⁴¹ Nessa lista, além de Marc Ferrez, os únicos nomes do comércio cinematográfico da capital federal também incluídos eram o de seu sócio, Arnaldo Gomes de Souza, e o de Paschoal Segreto, principal empresário de diversões do Rio de Janeiro.⁴²

Desde a inauguração do cinematógrafo Pathé, Staffa sentiu, obviamente, a concorrência oferecida pela nova sala a quatro quarteirões de distância do Parisiense. No dia seguinte à abertura do Pathé, o exibidor atacou pelos jornais os Ferrez, mesmo sem citá-los nominalmente:

Havendo nesta praça quem se inculque *único agente e único recebedor dos aparelhos e fitas cinematográficos* da Fábrica de Pathé Frères, unicamente para explorar a credulidade pública, leva-se ao conhecimento deste que a casa Pathé Frères remete a qualquer pessoa seus aparelhos e acessórios, a preços originais, sendo os pedidos acompanhados das respectivas importâncias, como se prova no Grande Cinematógrafo Parisiense, Avenida Central 179, com Documentos expostos ao público e onde se fornecem todos os esclarecimentos (grifo do original).⁴³

De fato, Staffa havia comprado cópias de filmes e projetores da Pathé Frères na Europa, o que as condições iniciais do contrato dos Ferrez com a fábrica francesa não impedia. A diferença crucial entre os dois cinemas era o ineditismo: os filmes exibidos no cinematógrafo Pathé eram cópias novas da produção mais recente da fábrica francesa, enquanto Staffa vinha exibindo filmes de vários fabricantes, mas a maioria produzida nos anos anteriores e alguns até já exibidos anteriormente em São Paulo, o que nos faz conjecturar se não seriam

Melo e outros, “Raça e nacionalidade no mercado de trabalho carioca na Primeira República: o caso da cervejaria Brahma”, *Revista Brasileira de Economia*, v. 57, n. 3, 2003, p. 555; Rafael de Luna Freire, *Cinematographo em Nictheroy: história das salas de cinema de Niterói*, Niterói: Niterói Livros, 2012, p. 65; Veruschka de Sales Azevedo, *Cinema e sociabilidade nas cidades do café: Franca e Ribeirão Preto (1890–1930)* (tese), PUC-SP, 2015, pp. 261-264.

[41] Andrea C. T. Wanderley, “Cronologia de Marc Ferrez (1843–1923)”, *Brasiana fotográfica*, 6 jan. 2021. Disponível em <<https://brasianafotografica.bn.gov.br/?p=20796>>. Acesso em 17 set. 2021.

[42] *Almanak Laemmert*, v. 68, 1910, pp. 806-808, 2288.

[43] *Jornal do Brasil*, 19 set. 1907, p. 7.

cópias de segunda mão. Diante disso, podemos indicar a acelerada expansão dos negócios da MF&F a partir do momento em que, como agentes da fábrica francesa, passaram a estrear as novas produções da Pathé Frères numa sala de cinema no principal endereço da maior cidade brasileira, que seria a melhor vitrine possível para seus produtos.

Já em outubro de 1907, um mês após a abertura do Pathé, ao comentar sobre a falta de imaginação e o espírito de imitação e concorrência do comércio do Rio de Janeiro, Artur Azevedo mencionava o recente sucesso dos cinematógrafos:

O sr. Staffa inaugurou o Cinematografo Parisiense e, pouco depois, o sr. Arnaldo, que tinha direitos longamente adquiridos no Passeio Público, inaugurava o Cinematografo Pathé. Até aí não há o que dizer. Era a luta entre dois concorrentes leais.

Mas os cinematógrafos que eram então apenas dois, são hoje, segundo me dizem, cento e tantos, espalhados por toda a cidade, e o número deles todos os dias aumenta. Em breve teremos tantos cinematógrafos quanto quiosques!

Na conclusão de sua palestra, Azevedo dizia que seus colegas, os autores teatrais, não deviam se preocupar com a concorrência do cinema: “são tantos os cinematógrafos que acabarão cansando o público e devorando-se uns aos outros”.⁴⁴

Dias mais tarde, Artur Azevedo voltou ao tema nos jornais, mas através de um hilário esquete intitulado “cinematographos” numa coluna nomeada “teatro a vapor”. Seu início com o diálogo entre um pai e uma mãe demonstrava como as salas de exibição cariocas, cada vez mais numerosas e diversas, vinham atraindo todo tipo de público, mas principalmente jovens e mulheres:

Balthazar – Oh! Que silêncio nessa casa! Onde estão as meninas?

D. Ignez – Foram ao cinematógrafo Pathé.

Balthazar – E o Juca?

D. Ignez – Foi ao cinematógrafo Parisiense.

Balthazar – E o Cazuza?

D. Ignez – Foi ao Paraíso do Rio.

Balthazar – Também é cinematógrafo?

D. Ignez – Também.

[44] Transcrito de “A semana”, *O Estado de S. Paulo*, 18 nov. 1907, p. 1.

Balthazar – E o Zeca?

D. Ignez – Foi ao cinematógrafo falante do Lírico.

Balthazar – E a criada?

D. Ignez – Foi ao Moulin Rouge: também há lá cinematógrafo.

Balthazar – E o copeiro?

D. Ignez – Pediu licença para ir a um cinematógrafo que há na rua larga de S. Joaquim.

Balthazar – Que sensaboria estar sozinho em casa sem as pequenas, sem os rapazes!

D. Ignez – Pois vamos nós também ver o cinematógrafo do Passeio Público!

Balthazar – Eu? Não me faltava mais nada! Estou farto de cinematógrafos! Há quinze dias que não faço outra coisa senão ver cinematógrafos!

D. Ignez – Você gostava tanto!

Balthazar – Gostava e gosto, mas tudo tem um termo! Nós não íamos ao teatro porque o teatro era caro, mas os cinematógrafos são tantos, que afinal se tornam caros... Sabe você quanto temos gasto em cinematógrafos?

D. Ignez (*irônica*) – Uma fortuna!

No texto de Artur de Azevedo, o cinema se espalhava pelos mais variados espaços da região central da cidade e atingia a um público socialmente diverso.⁴⁵ Mas a nova moda traria inevitáveis perigos. Afinal, a conclusão do esquete fazia graça sobre o risco de as moças serem molestadas, através de beliscões nas pernas, na escuridão dos cinematógrafos. Se os chamados bolinas já atuavam antes, se aproveitando da maior proximidade ao corpo feminino, por exemplo, nos assentos dos bondes, as salas de cinema se tornariam seu reduto favorito.⁴⁶

[45] Enquanto a família do sr. Balthazar frequentaria o Passeio Público ou a avenida Central, seus empregados passeariam pelo largo do Rocio (a praça Tiradentes, endereço do Moulin Rouge) e pela rua larga de São Joaquim (também já renomeada, então, como avenida Marechal Floriano). Nessa rua seria instalado, aliás, o longo cinema Popular, a principal sala destinada ao tipo de público que ela trazia em seu próprio nome. O espraçamento dos cinematógrafos demonstraria, assim, a distinção, mas também a fluidez no Rio de Janeiro entre a chamada “Cidade Velha” e a “Cidade Nova”, assim como a representação, pela cidade letrada, dessas regiões através do aqui e do “lá”, usado textualmente no esquete para se referir ao Moulin Rouge (B. Carvalho, *Cidade porosa: dois séculos de história cultural do Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: Objetiva, 2019). Sobre o cinema Popular, ver nota 80 do capítulo 2, *infra*.

[46] A. A. (pseud. Artur Azevedo), “Cinematographos”, *O Século*, 24 out. 1907, p. 1.

Diante de tamanho sucesso, no início de 1908 a consolidação da nova diversão no Rio de Janeiro parecia definitiva. Entre as dezenas de salas abertas no ano anterior, os cinemas Parisiense e Pathé mantinham-se como duas das principais.⁴⁷ Uma reportagem que fazia um retrospecto do ano anterior afirmava: “Agora já é um axioma – o Pará tem borracha, São Paulo tem café e o Rio tem Cinematógrafos. No centro da cidade não há rua que não tenha dois ou três e não há arrabalde que não tenha também aderido à febre cinematográfica”.⁴⁸

Obviamente, o veterano Paschoal Segreto (1868–1920) acompanhou a tendência, tendo inaugurado, em outubro de 1907, o Pavilhão Internacional, um “barracão” de madeira na avenida Central, 154, quase em frente ao Parisiense, onde também passou a exibir filmes regularmente. Em seus anúncios, o espaço era descrito como “Ex-Paris no Rio”, em referência ao seu pioneiro espaço de exibição cinematográfica na rua do Ouvidor, cujo imóvel fora demolido havia dois anos devido às obras de alargamento da rua Uruguaiana. Como antes, o empresário seguiu entremeando filmes com outras atrações em seus espaços de diversão, tanto no Pavilhão Internacional quanto no Moulin Rouge.⁴⁹ Também como já fazia, Segreto permaneceu comprando cópias de filmes do exterior, anunciando nos jornais “vistas novas chegadas diretamente da Europa [...] e nunca exibidas no Rio”, em dezembro de 1907, ou “fitas completamente novas retiradas da alfandega”, em janeiro de 1908.⁵⁰

Aliás, justamente em janeiro de 1908, Marc Ferrez embarcou para a Europa com o objetivo de visitar a fábrica da Pathé Frères e renovar o contrato de

[47] Conforme José Inácio de Melo Souza, em 21 de março de 1908, a *Gazeta de Notícias* informava aos seus leitores que os cinematógrafos Pathé, Parisiense, Palace e Rio Branco eram, “incontestavelmente, os melhores, os mais bem-frequentados” (J. I. M. Souza, *Imagens do passado: São Paulo e Rio de Janeiro nos primórdios do cinema*, São Paulo: Senac, 2004. pp. 143-146). Apesar dos “cento e tantos” cinemas mencionados por Artur Azevedo, Gonzaga encontrou registros de 31 salas fixas abertas em 1907 no Rio de Janeiro. Uma reportagem em novembro daquele ano contabilizava 18 cinematógrafos em funcionamento e vários pedidos de licença para funcionamento aguardando despacho. Ver A. Gonzaga, *Palácios e poeiras: 100 anos de cinema no Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: Record, 1996, p. 337; “Os cinematographos”, *Jornal do Brasil*, 2 nov. 1907, p. 3.

[48] “O theatro em 1907”, s.d. [1908] (recorte sem identificação, Arquivo Cinédia).

[49] Entre essas atrações, estavam rinquês de patinação e simuladores de viagem, como a Estrada de Ferro Mundial, provavelmente uma nova versão do Ferro-Carril Asiático que havia funcionado, desde 1906, no mesmo endereço da avenida Central, portanto, antes da inauguração do Pavilhão Internacional.

[50] *A Imprensa*, 10 dez. 1907, p. 4; *A Imprensa*, 12 jan. 1908, p. 8.

representação após um bem-sucedido primeiro ano de negócios.⁵¹ Há indicações de que um acordo foi firmado entre a MF&F e a companhia francesa em 21 de fevereiro.⁵² Mantendo Achille Nevière, seu agente em Paris, como responsável pelas remessas dos produtos, Marc retornou ao Brasil em 30 de março.⁵³ Seria dado um novo passo para os negócios dos Ferrez no cinema.

Talvez o primeiro ano de relações dos Ferrez com a Pathé Frères tenha sido mesmo um teste. Afinal, até o início de 1908, o papel timbrado da Marc Ferrez & Filhos ainda apresentava o nome da empresa entre a imagem de duas âncoras cruzadas e a designação “Fotógrafos da Marinha Nacional”, que Marc Ferrez ostentava havia décadas. Somente abaixo vinha outra qualificação: “Representantes dos cinematógrafos e fitas Pathé Frères”. Mas essa não tinha destaque especial em relação às várias marcas e produtos fotográficos que também eram listados no timbre lateral. Abaixo de tudo, havia a imagem do galo que era marca registrada da Pathé.⁵⁴

Após a renovação do contrato com a Pathé Frères e o retorno de Marc da Europa, o novo papel timbrado da empresa passou a trazer no cabeçalho, em fontes destacadas e em francês, a frase “*Cinéma Pathé*”, tendo à esquerda o símbolo da companhia francesa, o galo Chantecler, por cima do globo mundial onde se lia “Pathé”, como a dominar todo o planeta (figura 6). Abaixo dessa imagem, a frase “únicos agentes para o Brasil” e o nome e endereço da Marc Ferrez & Filhos. Não havia mais referência alguma à fotografia. O cinema tinha definitivamente dominado os negócios da MF&F.⁵⁵

[51] I. P. Ceron, *Marc Ferrez: uma cronologia da vida e obra*, São Paulo: Instituto Moreira Salles, 2019, p. 122.

[52] Correspondência do fundador da Pathé Frères, em agosto de 1908, refere-se ao contrato assinado com Marc Ferrez seis meses antes. Carta de Charles Pathé para Marc Ferrez & Filhos, 29 ago. 1908, FF:FMF 2.O.1.12, AN.

[53] I. P. Ceron, *Marc Ferrez: uma cronologia da vida e obra*, São Paulo: Instituto Moreira Salles, 2019, p. 122.

[54] Carta de Marc Ferrez & Filhos à Associação Geral de Auxílios Mútuos da E.F.C.B., 25 jan. 1908, FF-FMF 2.O.1.1.2.1, AN. Marc Ferrez foi agraciado com o título de “Photographo da Marinha Imperial” por volta de 1870, designação substituída por “Photographo da Marinha Nacional” após o advento da República.

[55] A primeira carta que localizamos com o novo papel timbrado é de abril de 1908. Em junho, a Pathé enviou à MF&F uma lista de todas as marcas da empresa francesa já registradas no Brasil para que seus agentes utilizassem (Carta da Pathé Frères a Marc Ferrez, 4 jun. 1908, FF:FMF 2.O.1.12.1, AN).

Afinal, tendo iniciado a importação regular da produção corrente da maior companhia cinematográfica do mundo para exibição no cinematógrafo Pathé, no segundo semestre de 1907, a MF&F se dedicou, a partir de abril de 1908, à expansão do negócio, fechando novos contratos para ampliar o volume e alcance de seus produtos, concentrando-se no aluguel de um maior número de cópias que passaria a trazer da França. O que a MF&F oferecia como pioneiro distribuidor cinematográfico brasileiro era um *serviço* para os cada vez mais numerosos exibidores: o fornecimento constante, seguro e garantido de filmes novos para seus cinematógrafos.⁵⁶

A distribuidora de filmes Marc Ferrez & Filhos

No início de 1908, a MF&F fechou negócio com alguns dos principais proprietários das recentes salas fixas do Rio de Janeiro para o aluguel de cópias dos lançamentos da Pathé Frères, os quais a empresa importaria regularmente. Anunciado na imprensa em 10 de abril, o primeiro contrato fechado pela MF&F para o fornecimento dos “programas das últimas criações da Pathé Frères”, para exibição simultânea à do cinematógrafo Pathé, foi feito com William & Cia, empresa proprietária do cinematógrafo Rio Branco. A sala de exibições era localizada na rua Visconde do Rio Branco, 28, nas proximidades da praça Tiradentes, tradicional reduto de teatros no Rio de Janeiro. O principal sócio do cinematógrafo Rio Branco era o fabricante de móveis Cristóvão Guilherme “William” Auler (1865–1927). Filho de imigrantes alemães criado em Petrópolis, Auler estudou nos Estados Unidos, o que o fez adotar o nome de William no lugar de Guilherme.⁵⁷ Após assinar contrato com a MF&F, o cinematógrafo Rio Branco passaria a

[56] H. Lewis lembrou em 1933 os primeiros tempos da indústria cinematográfica: “O que as distribuidoras ofereciam e o que o exibidor queria era um serviço, ou seja, um fornecimento regular de dois ou três rolos de filme cinematográfico entregue duas, três ou mais vezes por semana”, (F. Andrew Hanssen, “The block booking of films re-examined”, em John Sedgwick e Michael Pokorny (orgs.), *An Economic History of Film*, Nova York: Routledge, 2005, p. 124. Tradução do inglês).

[57] As primeiras correspondências entre Auler e a MF&F foram feitas no papel timbrado da “Fábrica de Móveis e Serraria Auler & C.”, localizada na rua dos Inválidos, 92. Alguns meses depois, a correspondência já passava a ser feita em papel timbrado do “Cinematographo Rio Branco – Empreza William & Comp.”

exibir regularmente as novidades da Pathé. Esses filmes eram geralmente acompanhados de alguma “fita falante” europeia do estoque de Auler, outro exibidor-distribuidor.⁵⁸

No mesmo mês em que a MF&F assinou com o Rio Branco, foi fechado outro contrato, agora com Paschoal Segreto, dono de espaços de diversões não apenas no Rio de Janeiro, mas também em outras cidades. Em 18 de abril, uma carta da MF&F para Segreto apresentava as condições para um contrato de fornecimento de filmes da Pathé Frères, que seria efetivamente assinado dez dias depois.⁵⁹

Como era explicado na correspondência, os programas novos seriam fornecidos ao exibidor duas vezes por semana (às segundas e quintas-feiras, vésperas da troca da programação), cada entrega sendo composta por um conjunto de títulos que totalizava entre 500 e 680 metros de película, ou seja, dois rolos.⁶⁰ Inicialmente, os Ferrez impunham como condição para que Segreto exibisse os filmes simultaneamente ao cinematógrafo Pathé e ao Rio Branco que ele não os apresentasse no seu Pavilhão Internacional, na avenida Central, nem no cinematógrafo Colosso, instalado no Teatro São José, na praça Tiradentes, salas próximas, respectivamente, às de Arnaldo & Cia e William & Cia. Como estratégia de convencimento, os Ferrez sugeriam a Segreto explorar as novidades em outros bairros e cidades do Rio de Janeiro – mencionando a praça Onze, onde ele tinha recém-inaugurado o Parque Novidades, e a cidade de Campos dos Goytacazes, no norte do estado, onde Segreto mantinha o Parque Paris – ou mesmo nos estados de São Paulo e da Bahia.⁶¹

O empresário não aceitou essas condições e, ao final, o acordo parece ter sido o de que Segreto poderia estreitar os programas novos conjuntamente ao Pathé e Rio Branco, com a exclusividade para a primeira exibição dos lançamentos da Pathé Frères na cidade ficando então restrita a esses três exibidores. Ou seja, a MF&F planejava botar em prática um sistema de zoneamento (em inglês *zoning*), através do qual seriam dados direitos de exclusividade para exibição dos filmes

[58] William Auler para Marc Ferrez & Filhos, Rio de Janeiro, 8 abr. 1908, FF:FMF 2.0.1.3, AN; *Correio da Manhã*, 10 abr. 1908, p. 8.

[59] Marc Ferrez & Filhos para Paschoal Segreto, Rio de Janeiro, 18 abr. 1908, FF:FMF 2.0.1.15.1, AN; *Paschoal Segreto vs Marc Ferrez & Filhos*, 1908, FF:FMF 2.0.1.15.4, AN.

[60] Dois rolos também era a duração padrão dos programas, por exemplo, dos *nickelodeons* nos Estados Unidos.

[61] Paschoal Segreto também explorava espaços de diversões em São Paulo. Não encontramos referências sobre sua possível atuação na Bahia.

Pathé Frères em determinadas localidades sem concorrentes na vizinhança, assim como buscava a expansão da exibição de seus filmes para novas regiões.⁶²

Importante ressaltar que o preço do aluguel do metro de filme oferecido a Segreto era de 1\$100 (preto e branco), com \$700 a mais por metro quando colorido⁶³, isto é, cerca de metade do valor de venda indicado no catálogo dos próprios Ferrez de três anos antes. A cada entrega de um programa novo, os filmes do programa anterior eram devolvidos.

Segundo descrito na correspondência com Segreto, cabia à MF&F entregar na véspera dos programas a sinopse dos filmes já traduzida para o português (outra comodidade), permitindo sua divulgação em jornais, folhetos ou na própria sala. O distribuidor disponibilizaria ainda cartazes dos filmes, pelo valor de 700 réis, embora fosse admitido que nem todos as produções da Pathé Frères os possuísem (apenas as de “maior vulto”).⁶⁴

Era responsabilidade ainda da MF&F compor os programas para as salas que estreavam as novidades Pathé. A fábrica francesa enviava aos seus agentes brasileiros 1.500 metros de filmes novos por semana, cujas cópias eram selecionadas para formar dois programas semanais totalizando 1.000 a 1.300 metros para cada cliente. Os Ferrez incluíam nos programas de todos os clientes as mesmas “fitas de interesse geral” (comédias, dramas etc.), mas variavam os filmes de interesse “limitado a certa classe de especialistas, raça, nação ou modo de ver”, tais como filmes industriais, de viagens e atualidades, dos quais recebiam menos cópias por título.⁶⁵ O programa deveria ser caracterizado pela atualidade e diver-

[62] *Paschoal Segreto vs Marc Ferrez & Filhos*, 1908, FF:FMF 2.O.1.15.4, AN.

[63] A carta não especificava de que tipo de método de colorização se tratava. Não era seguramente viragem, que era cobrada por um acréscimo no total da cópia e não por cada metro colorido. Segundo Natália Soares, era mais comum que a imprensa brasileira se referisse a filme “colorido” no caso de pintura direta manual ou por estêncil, parecendo ser esse o caso e não tingimento, por exemplo. Sobre os diferentes métodos de colorização desse período, ver Natália de Castro Soares, *A cor no cinema silencioso do Brasil (1913-1931): produção e linguagem* (dissertação), USP, 2014; Barbara Flueckiger, *Timeline of Historical Film Colors*, 2012. Disponível em <<https://filmcolors.org>>. Acesso em 26 set. 2021.

[64] Marc Ferrez & Filhos para Paschoal Segreto, Rio de Janeiro, 18 abr. 1908; Marc Ferrez & Filhos para Paschoal Segreto, Rio de Janeiro, 31 maio 1908, FF:FMF 2.O.1.15.2, AN. Em correspondência do mês seguinte a outro exibidor, a MF&F especificava que os cartazes coloridos, de 1,2 por 1,5 metros, custavam 600 réis cada. O preço deve ter sido rebaixado, pois William Auler reclamara do valor de 700 réis por cartaz cobrado a ele e a Segreto.

[65] *Paschoal Segreto v. Marc Ferrez & Filhos*, 1908, FMF 2.O.1.15.4, AN.

cidade, sendo comercializado não por atributos individuais, mas pela metragem, isto é, por sua extensão. Entretanto, a diferenciação entre os filmes já se dava pelos gêneros (com o predomínio da ficção sobre o documentário), pelo colorido (mais caro que o preto e branco) e, principalmente, pela companhia produtora, com a Pathé Frères se tornando sinônimo de qualidade. Trata-se, portanto, de um período de transição entre o filme como um produto indiferenciado, vendido a metro, e a compreensão de que alguns filmes eram mais atraentes, logo, mais caros que outros, o que começaria a se esboçar mais claramente no ano seguinte.

O sistema de zoneamento trouxe complicações. Por volta de julho de 1908, Segreto processou os Ferrez por descumprirem uma das cláusulas do contrato fechado poucos meses antes, ao fornecerem para o concorrente cinematógrafo Ouvidor o mesmo filme que seria exibido por Segreto. O cinematógrafo Ouvidor era localizado na rua de mesmo nome, quase na esquina com a avenida Central, e a poucos quarteirões do Pavilhão Internacional. Assim, a exibição de filmes da Pathé Frères por esse cinema eliminava seu ineditismo naquela zona e rompia com a exclusividade garantida somente a Segreto, Arnaldo & Cia e William & Cia.⁶⁶

Os Ferrez argumentavam que essa mudança havia sido uma imposição da própria Pathé Frères, uma vez que a fábrica francesa teria enviado uma resolução determinando que seus filmes deveriam ser fornecidos simultaneamente para qualquer exibidor idôneo, independentemente da localização da sala. Mesmo tendo ampliado o número de salas com exclusividade (além do cinematógrafo Pathé, também o Rio Branco e os centros de diversão de Segreto), a fábrica europeia teria exigido que seu agente no Brasil comercializasse seus filmes o mais ampla e livremente possível, sem limitação alguma, aumentando ao máximo a difusão de seus produtos.

Essa alteração na forma de negociação pelos Ferrez foi causada por ninguém menos que o concorrente Staffa. Afinal, também em abril de 1908, Staffa havia manifestado o interesse em exibir no Parisiense os lançamentos da Pathé Frères importados por seus representantes brasileiros. Até então, Staffa vinha

[66] *Paschoal Segreto v. Marc Ferrez & Filhos*, 1908, FMF 2.0.1.15.4, AN. Não existe cópia do contrato com o Cinema Ouvidor no fundo Família Ferrez, mas pela análise da programação da sala em anúncios da imprensa é possível afirmar que ela também passou a alugar filmes da MF&F em 1908. Segreto era conhecido por levar qualquer pendência aos tribunais (Filomena Chiaradia, *A companhia do Teatro São José: a menina-dos-olhos de Paschoal Segreto*, São Paulo: Hucitec, 2012, p. 190).

comprando cópias na Europa, inclusive da própria companhia francesa, através do agente ítalo-brasileiro Onofrio Mazza, instalado em Paris. Os Ferrez pediram vinte dias para atender a Staffa que, com a previsão do acordo, mandou suspender a compra de filmes na Europa. Nesse meio tempo, porém, os Ferrez fecharam o mencionado acerto de exclusividade com Segreto e Auler, além de Arnaldo. Assim, sob o argumento de que já tinha assinado contrato com esses outros exibidores, a MF&F propôs fornecer as novidades para Staffa somente “três ou quatro dias” depois da entrega para as outras salas.⁶⁷

Compreensivelmente, a proposta dos Ferrez (que convenientemente enfraqueceria o concorrente Parisiense) enfureceu o combativo Staffa, que alertou, em correspondência para Paris, a própria companhia francesa sobre o fato. Staffa provavelmente denunciou que os Ferrez, como sócios do cinematógrafo Pathé, comercializavam a produção francesa no Brasil de modo a beneficiar sua própria sala de exibição, apontando o conflito de interesses na posição deles como distribuidores e exibidores. Esse teria sido o principal ponto da denúncia de Staffa e não o fato de os Ferrez serem sócios de uma sala de exibição, como outros pesquisadores têm indicado.⁶⁸

[67] Marc Ferrez & Filhos para Jácomo Rosario Staffa, Rio de Janeiro, 22 abr. 1908, FF: MFF 2.0.1.16.1, AN; Jácomo Rosario Staffa para Marc Ferrez & Filhos, Rio de Janeiro, 14 abr. 1908, FF: MFF 2.0.1.16.2, AN; Marc Ferrez & Filhos para Jácomo Rosario Staffa, Rio de Janeiro, 12 maio 1908, FF: MFF 2.0.1.16.3, AN.

[68] Segundo Alice Gonzaga, o cinematógrafo Pathé estaria somente em nome da Arnaldo & Cia por conta do contrato dos Ferrez com a Pathé Frères impedir que eles, como representantes da companhia francesa, abrissem salas de cinema. Gonzaga afirmou ainda que a denúncia de Staffa teria obrigado os Ferrez a simular a entrada de um novo sócio na sala de exibição, um certo Manoel Figueiredo. Tal informação consta no necrológico de Marc Ferrez, publicado na revista *Fon-Fon*, tendo sido provavelmente a fonte da afirmação de Gonzaga: “juntamente com Arnaldo, fundou o cinema Pathé [...]. Por essa ocasião, a fábrica Pathé, de França, exigiu que o seu representante aqui, não fosse exibidor, para melhor agir, e então Marc Ferrer [sic] deixou o Cinema, passando a sua parte ao sr. Figueiredo. E, como mais tarde, deixasse de haver a imposição daquela fábrica, com os seus filhos instalou ele o novo Cinema Pathé no local onde se acha” (*Fon Fon*, v. 17, n. 3, 20 jan. 1923, p. 67). Por outro lado, a partir da análise do contrato de 1911 entre a MF&F e a Pathé Frères, William Condé argumentou que não havia o impedimento de os Ferrez abrirem salas de exibição próprias, apenas a exigência de autorização prévia da fábrica francesa. Diferentemente de Gonzaga e Condé, a hipótese aqui apresentada é de que a denúncia de Staffa se devia ao fato de os interesses dos Ferrez como exibidores estarem influenciando sua atuação como distribuidores dos filmes da companhia francesa no Brasil. Talvez a cláusula a que Condé se refere tenha sido adicionada ao contrato

Em um telegrama enviado de Paris por Nevière para os Ferrez, em 10 de junho, o agente relatava ter vindo de uma grave reunião com a Pathé sobre cartas enviadas por Staffa. Nevière avisava que, como sucursal da fábrica francesa, a MF&F não poderia favorecer nenhum cliente.⁶⁹ De fato, a Pathé Frères deu uma reprimenda direta em seus agentes brasileiros, que enviaram posteriormente um pedido formal de desculpas.⁷⁰

Consequentemente, já no dia 11 de junho, os Ferrez escreveram para Staffa aceitando fechar contrato para fornecimento de programas novos “nas mesmas horas e condições que as empresas William & Cia, Segreto e Arnaldo & Cia”.⁷¹ Ele foi assinado no dia 16 de junho e, nesse mesmo dia, o Parisiense divulgou nos jornais seu “contrato com os srs. Marc Ferrez & Filhos, representantes da afamada casa Pathé Frères, de Paris, para o fornecimento de suas últimas novidades que serão exibidas doravante neste cinematógrafo”.⁷²

Mas os problemas com Staffa não pararam aí. Poucos dias depois da assinatura

em 1911 justamente por esse episódio em 1908. Afinal de contas, é muito improvável que a Pathé Frères não soubesse da sociedade dos Ferrez no cinematógrafo Pathé. Não apenas isso não é comentado nas correspondências entre Charles Pathé a Marc Ferrez, como não havia segredo algum na imprensa carioca a esse respeito. Além disso, a participação de Figueiredo na sociedade foi mencionada pela imprensa antes mesmo do incidente. Em fevereiro de 1908, por exemplo, uma revista carioca publicou uma fotografia de Arnaldo, Marc Ferrez e Figueiredo, descrevendo-os como “donos do cinematographo Pathé”. De qualquer modo, não foram encontrados documentos que comprovem a saída dos Ferrez da sociedade com Arnaldo na sala de exibição. Afinal, até março de 1909, pelo menos, os balancetes do cinematógrafo Pathé no fundo Família Ferrez comprovam o recebimento dos lucros do cinema por Marc Ferrez e não mencionam o nome de Figueiredo (que talvez tenha sido quem emprestou dinheiro para Arnaldo investir no cinematógrafo). Ver A. Gonzaga, *Palácios e poeiras: 100 anos de cinema no Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: Record, 1996, pp. 89-90; W. N. Condé, *Marc Ferrez & Filhos: comércio, distribuição e exibição nos primórdios do cinema brasileiro (1905-1912)* (dissertação), UFRJ, 2012, pp. 53 e 72; *O Malho*, v. 7, n. 283, 15 fev. 1908, p. 40.

[69] Telegrama de Paris para o Rio de Janeiro, 10 jun. 1908, FF:FMF 2.0.1.12.14, AN. Tradução do francês.

[70] Em carta sem data endereçada aos diretores da companhia francesa, os Ferrez se desculparam a respeito de “l’incident Staffa”, justificando: “se merecemos suas reprovações por nossa maneira de agir nesta ocasião é porque pensamos em agir no melhor interesse de sua empresa”. Marc Ferrez & Filhos para Messieurs les Directeurs de la Compagnie des Cinématographes Pathé Freres, FF:FMF 2.0.1.12, AN. Tradução do francês.

[71] Marc Ferrez & Filhos para Jácomo Rosario Staffa, Rio de Janeiro, 11 jun. 1908, FF: MFF 2.0.1.16.4, AN.

[72] Contrato entre [...] Marc Ferrez & Filhos [...] e Staffa [...], 16 jun. 1908, FF: MFF 2.0.1.16.11, AN;

do contrato, a MF&F o acusou de ter sublocado o programa de filmes novos da Pathé Frères a outro exibidor, o proprietário do cinema Velo. Essa sala já vinha exibindo em segunda linha os filmes importados pelo Parisiense, mas Staffa era proibido por contrato de fazer o mesmo com os filmes que recebia da MF&F. Staffa teria justificado a irregularidade pelo cinematógrafo Pathé ter exibido um programa igual ao do Parisiense, mas “aumentado de uma fita de outro fabricante, embora nacional”, impondo injusta concorrência. Staffa passava a exigir que ele próprio organizasse os programas com os filmes Pathé, com autorização, inclusive, para combiná-los com filmes de outros fabricantes estrangeiros.⁷³

Após essa segunda desavença, Staffa deve ter enviado nova correspondência à Pathé Frères, dessa vez denunciando que a MF&F praticava no Brasil um preço superior ao máximo permitido pela fábrica francesa, que era 1,55 francos o metro do filme preto e branco (cerca de 1\$000 réis). Afinal, uma carta indignada do próprio Charles Pathé, de 29 de agosto, afirmava ter recebido uma prova inegável de que a MF&F comercializava os filmes pelo preço de 1,90 francos (1\$200 réis). O presidente da companhia francesa chegava a afirmar que, diante da prova escrita, poderia simplesmente encerrar o contrato, mas preferia aguardar uma explicação de seus agentes.⁷⁴

Certamente alimentando rancor em relação a Staffa por essa intromissão em seus negócios na Europa (sentimento que acompanharia os Ferrez ao longo dos anos), a MF&F teve que capitular, acertando a entrega para Staffa, todas as segundas e quintas-feiras, de uma cópia de cada título novo da Pathé que a empresa recebia, para que o proprietário do cinema Parisiense organizasse ele próprio seus programas. Era especificado o preço de 1\$000 réis o metro, “ou seja, 1,55 [francos] ao câmbio de 640 réis”, dando a opção de pagamento na moeda francesa.⁷⁵

J. I. M. Souza, *Imagens do passado: São Paulo e Rio de Janeiro nos primórdios do cinema*, São Paulo: Senac, 2004, p. 172.

[73] Marc Ferrez & Filhos para Jácomo Rosario Staffa, Rio de Janeiro, 22 jun. 1908, FF: MFF 2.O.1.16.8, AN; Jácomo Rosario Staffa para Marc Ferrez & Filhos, Rio de Janeiro, 22 jun. 1908, FF: MFF 2.O.1.16.9, AN; Jácomo Rosario Staffa para Marc Ferrez & Filhos, Rio de Janeiro, 8 jul. 1908, FF: MFF 2.O.1.16.10, AN.

[74] Charles Pathé para Marc Ferrez, Paris, 20 ago. 1908, FMF 2.O.1.12, AN. De fato, a negociação anterior da MF&F com Segreto, por exemplo, foi baseada no preço de 1\$100 réis o metro.

[75] Marc Ferrez & Filhos para Jácomo Rosario Staffa, Rio de Janeiro, 16 out. 1908, FF: MFF 2.O.1.16.11, AN.

Portanto, apesar de os Ferrez não conseguirem se manter como lançadores exclusivos da Pathé Frères na avenida Central (a concorrência entre as salas se acirrou), o êxito da empresa como distribuidora da marca francesa era evidente. Afinal, tendo feito contrato com o Rio Branco, Pathé, Parisiense e os diferentes espaços da Empresa Paschoal Segreto (e aparentemente também o Ouvidor e Paris), a MF&F havia se tornado, em meados de 1908, a distribuidora responsável por programas exibidos em quase todos os principais cinematógrafos do Rio de Janeiro. Tratava-se de um grande feito, já que a capital federal possuía, então, uma população aproximadamente três vezes maior do que as duas outras cidades mais populosas do país (São Paulo e Salvador). Ainda assim, os Ferrez não se restringiram a ela.

Além de fecharem contratos para fornecimento de filmes para as principais salas de exibição do Rio de Janeiro, a MF&F também buscou reproduzir em escala nacional o que a Pathé Frères fazia em escala global. Já em abril de 1908, os Ferrez tentaram convencer Segreto a explorar os mercados da Bahia e de São Paulo com os filmes da fábrica francesa, mas sem sucesso. Desse modo, buscaram outros empresários interessados em tornarem-se agentes da MF&F em diferentes partes do Brasil.

Novamente, a MF&F obteve rápido sucesso. Em 30 de maio de 1908, Francisco Serrador tornou-se representante da MF&F nos estados de São Paulo e Paraná.⁷⁶ Em 24 de julho, foi a vez da Hirtz & Irmãos, de Eduardo Hirtz, assumir a venda de equipamentos e aluguel de filmes da MF&F no estado do Rio Grande do Sul.⁷⁷ Finalmente, em fins de 1908, os Ferrez fecharam contrato com o exibidor itinerante José Tous Roca, que na época estava em Salvador,

[76] A julgar por anúncio de 14 de fevereiro de 1908, no qual Serrador se anuncia como “sucursal da casa Marc Ferrez, do Rio de Janeiro”, já existiam oficialmente relações comerciais entre eles antes da assinatura do contrato de representação (V. P. Araújo, *Salões, circos e cinemas de São Paulo*, São Paulo: Perspectiva, 1981, p. 153). Relatos de Julio e Luciano Ferrez dão a entender que as primeiras relações comerciais com Serrador se iniciaram ainda em 1907 (Escrito por papae (Julio Ferrez), s.d. [c. 1932], FF:GF 4.1.2.1.1, AN; Anotações de Adhemar Gonzaga, Arquivo Cinédia).

[77] O principal negócio do alemão Eduardo Hirtz (1878–1951), em sociedade com seu irmão Francisco, era uma litografia. Mas no mesmo mês de julho de 1908 em que assinou contrato com a MF&F, a empresa Hirtz & Irmão havia se tornado sócia do cinema Recreio Ideal, de Porto Alegre. Ver Alice Dubina Trusz, “A produção cinematográfica no Rio Grande do Sul (1896–1915)”, em Fernão Pessoa Ramos e Sheila Schwarzman (orgs.), *Nova história do cinema brasileiro*, São Paulo: Edições Sesc SP, 2018, v. 1, pp. 60–61.

para comercializar filmes da Pathé no estado da Bahia, acordo que foi ampliado, em contrato de 14 de abril de 1909, quando Roca se encontrava provavelmente entre Manaus e Belém, tornando-o agente da MF&F para todas as cidades e capitais do Norte e Nordeste do país.⁷⁸

Seguindo um bem organizado plano de expansão, a MF&F estabeleceu um sistema de exclusividade regional,⁷⁹ segundo o qual seus representantes ficavam responsáveis por vender equipamentos e alugar ou vender filmes em troca de comissões, num determinado território, de forma a estimular a abertura de salas fixas, responsabilizando-se por manter um estoque capaz de atender aos novos clientes locais. Importante ressaltar que o termo “salas fixas” era usado pelos Ferrez, que aconselhavam a criação de novos espaços permanentes em detrimento do uso e aluguel temporários de teatros, que geravam despesas maiores. Responsáveis pela região, os agentes ganhavam comissão por qualquer negócio feito pela MF&F com clientes daqueles estados, mesmo que não passassem diretamente por eles, tal como a Pathé Frères fazia com MF&F em relação ao Brasil, de forma a desmotivar compras feitas diretamente na matriz e fortalecer os agentes.

O sucesso em São Paulo de Francisco Serrador (1872–1941) – valenciano que emigrou ainda jovem para o Brasil – foi de especial relevância nos planos da MF&F. Depois de exercer trabalhos braçais, deixou as dificuldades financeiras para trás ao se tornar empresário de diversões em Curitiba, incorporando o cinema em suas atividades. Como exibidor itinerante, Serrador se instalou em São Paulo em 30 de agosto de 1907. Tal como Staffa, possuía grande estoque de filmes, inclusive da Pathé Frères. Apresentando muitos filmes inéditos naquele estado, suas exhibições geraram repercussão. Em 16 de novembro de 1907, Serrador abriu uma sala fixa, o Bijou Theatre, em meio à febre do cinematógrafo que também atingia São Paulo.⁸⁰

Como os exibidores cariocas, Serrador deve ter percebido as vantagens de utilizar o fornecimento regular de lançamentos pela MF&F para alimentar suas

[78] W. N. Condé, *Marc Ferrez & Filhos: comércio, distribuição e exibição nos primórdios do cinema brasileiro (1905–1912)* (dissertação), UFRJ, 2012, p. 53.

[79] Podemos comparar esse sistema com o *states' rights system* utilizado nos Estados Unidos para distribuição dos filmes mais longos (*features*) no início da década de 1910. Esse sistema também já havia sido utilizado, nos Estados Unidos, para a exploração dos primeiros aparelhos de projeção cinematográfica, como o Vitascope e o Phantascope, ainda no final do século 19.

[80] J. I. M. Souza, *Imagens do passado: São Paulo e Rio de Janeiro nos primórdios do cinema*, São Paulo: Senac, 2004, pp. 198–203.

salas fixas em vez de depender do estoque que precisava ser atualizado com compras periódicas. No contrato assinado entre eles, os Ferrez se comprometiam a vender (o verbo usado era “ceder”) a Serrador os programas novos semanais importados da França, após sua exibição no cinematógrafo Pathé, no Rio de Janeiro (portanto, já depreciados), pelo preço de 900 réis o metro. Disponibilizava ainda “os films do stock existente (novos)” por 1\$200 réis o metro para quantidade inferior a 30 mil metros pelo prazo de dois meses. Caso essa metragem fosse atingida, ele teria um desconto de 3 contos de réis, fazendo com que os filmes de estoque saíssem, na prática, por 1\$100 réis. O fato de os lançamentos custarem menos que os filmes de estoque (900 réis contra 1\$200 ou 1\$100 réis), mesmo se tratando de cópias usadas nos dois casos, deve-se ao compromisso da compra semanal de 1.500 metros de filmes no caso do primeiro. A prática da MF&F, assim como a da Pathé Frères com seus agentes brasileiros, era sempre condicionar preços mais baixos ao compromisso de compras ou locações regulares dos maiores volumes possíveis de cópias.⁸¹

Através desse acordo, além de receber os lançamentos semanais, Serrador garantia a entrada nos mercados de São Paulo e do Paraná do já volumoso estoque de filmes da Pathé Frères, previamente exibidos no Rio e recebidos pela MF&F desde o ano anterior, mas provavelmente inéditos em outros estados, os quais ele poderia não apenas exibir, mas também alugar ou revender. Já os Ferrez asseguravam o lucro da venda regular para São Paulo de, pelo menos, uma coleção de novidades após seus custos serem, parcial ou totalmente, cobertos pela primeira locação no Rio de Janeiro.⁸²

Não há no fundo Família Ferrez outros documentos relacionados aos negócios da MF&F com Serrador nesse período, mas através de diferentes fontes podemos afirmar que ele teve pleno sucesso como exibidor e agente regional da Pathé Frères a partir de 1908. Afinal, escorado no enorme estoque de filmes recentes e na garantia do fornecimento regular de lançamentos, Serrador conseguiu fomentar a expansão das salas fixas no estado. Além de ganhar comissão pela venda de projetores, a cada nova sala ele ampliava sua clientela para locação ou venda de filmes. Alice Gonzaga indicou que, segundo o próprio Serrador, ele teria “montado” mais

[81] Contrato [...] entre [...] Marc Ferrez & Filhos [...] e F. Serrador [...], 30 maio 1908, FF: MFF 2.0.5.1, AN.

[82] Contrato [...] entre [...] Marc Ferrez & Filhos [...] e F. Serrador [...], 30 maio 1908, FF: MFF 2.0.5.1, AN.

de 400 cinematógrafos na capital e no interior de São Paulo, que viria a se constituir no estado com o maior número de salas de exibição do país.⁸³

De fato, em carta de 18 de novembro de 1908 a José Tous Roca, os Ferrez desejavam que ele rivalizasse o sucesso da sucursal de São Paulo “cujos negócios cada vez mais florescentes nos obrigam a abrir mão [sic] de novos meios de importação”.⁸⁴ Alguns meses depois, em outra carta para Roca, os Ferrez novamente elogiavam o desempenho de seu representante em São Paulo, informando que naquele estado haviam vendido pelo menos seis equipamentos de projeção por mês. Os Ferrez recomendavam a Roca o que parecia ser praticado por Serrador, e que seria recomendado pela própria Pathé Frères quando estabelecia um preço máximo de revenda de seus filmes: “O fato é vender barato para vender muito”.⁸⁵ Realmente, um depoimento retrospectivo de Julio Ferrez lembrou do sucesso de vendas de projetores por Serrador em São Paulo: “Remetia-se para ele os aparelhos Pathé às dúzias. A fábrica em Paris estava sempre atrasada na entrega das nossas encomendas”.⁸⁶

Outro relato, *a posteriori*, dessa vez de Serrador, afirmava que sua empresa adquiriu mensalmente da MF&F, durante três ou quatro anos, mais de 30 contos de réis em filmes e equipamentos.⁸⁷ A atuação de Serrador nesse período foi assim resumida pelo historiador Alex Viany: “Estende a sua influência pelo interior do estado [de São Paulo] que mal começa a conhecer, incentivando a que capitalistas e cafeicultores entrassem para o setor da exibição. A eles, vende projetores Pathé, garantindo-lhes também os filmes”.⁸⁸

É preciso destacar que o estado de São Paulo, maior produtor de café do país (o principal produto da balança comercial brasileira), também possuía a malha ferroviária mais desenvolvida, criada para escoar os grãos produzidos nas fazendas do interior para o porto de Santos. As linhas de trem permitiam a Serrador o transporte facilitado das cópias de filmes da capital paulistana

[83] A. Gonzaga, *Palácios e poeiras: 100 anos de cinema no Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: Record, 1996, pp. 92-93.

[84] Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 18 nov. 1908, FF:FMF 2.0.1.14.1, AN.

[85] Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 2 jun. 1909, FF:FMF 2.0.1.14.16, AN.

[86] Escrito por papae (Julio Ferrez), s.d. [c. 1932], FF:GF 4.1.2.1.1, AN.

[87] Carta sem remetente [Companhia Cinematográfica Brasileira] a A. Nevière, 22 maio 1915, FF:JF 2.1.2.3.7, AN.

[88] Alex Viany, “A memória de Alberto Botelho”, s.d., manuscrito datilografado. Disponível em <<http://www.alexviany.com.br>>. Acesso em 15 out. 2020.

para as cidades enriquecidas pelo café, onde havia um público potencial para a moderna diversão que o exibidor oferecia.

Os Ferrez, por sua vez, utilizavam principalmente o transporte marítimo, fosse para trazer cópias da Europa, fosse para seu envio do Rio de Janeiro para o litoral do Norte ou Sul do país, sendo mencionadas na correspondência da MF&F remessas para portos como os do Rio Grande, Florianópolis, Paranaguá, Santos, Recife, Belém e Manaus.⁸⁹

Enquanto a MF&F buscava expandir sua rede de distribuição para além do Rio de Janeiro, na então capital federal a busca por diferenciação frente à hegemonia das novidades Pathé estimulou a produção de filmes pelos próprios exibidores. Diante da uniformização dos programas, uma alternativa para os exibidores se destacarem passou a ser a realização de fitas nacionais para exibição em seus próprios cinemas, o que foi a estratégia empregada especialmente pelo Cinema-Palace, da empresa Labanca, Leal & Cia, mas não apenas.

As razões para o aumento da produção cinematográfica local

Inaugurado em 7 de fevereiro de 1908, na rua do Ouvidor, n. 149-B, o Cinema-Palace era uma sociedade entre o fotógrafo e cinegrafista português radicado no Brasil Antonio Leal e o comerciante de origem italiana Guiseppe (José) Labanca (1872-1926). Nascido na vila de Agromonto, na região de Basilicata, Labanca emigrou para o Rio de Janeiro aos doze anos de idade, tal como Staffa. Enfrentou a pobreza e foi mais um que enriqueceu graças ao jogo do bicho, sob a fachada de agências lotéricas. Diversificou seus negócios e se tornou uma figura de destaque na comunidade italiana no Rio de Janeiro. Além de abrigar sua numerosa família e receber os muitos amigos e parentes em animados saraus, sua enorme residência na rua General Pedra, na Cidade Nova, também hospedava compatriotas

[89] Como exceção, há referência ao transporte ferroviário, do Rio de Janeiro para Juiz de Fora, de cópias da MF&F para o exibidor Rodolpho Stiebler, em contrato de 1909: “Marc Ferrez & Filhos se comprometem a remeter todas as terças-feiras *pelo noturno* as fitas da produção semanal Pathé Frères, devendo-lhes estas mesmas fitas serem devolvidas a esta Capital na quinta-feira seguinte (isto é, da semana seguinte) ao mais tardar” (grifo meu). As despesas de transporte, para envio e retorno dos filmes, deviam ser pagas pelo cliente (Marc Ferrez & Filhos, Carta-contrato para o fornecimento de filmes, Juiz de Fora, 3 jun. 1909, FF:FMF 2.0.5.2.6, AN).

recém-chegados e ainda não devidamente instalados.⁹⁰ Anotações de pesquisa de Adhemar Gonzaga descreviam Labanca como “baixinho, gordinho e analfabeto”⁹¹, enquanto sua neta citou descrições do avô como bonito, ruivo e de olhos claros. O investimento de Labanca em cinema, em 1908, deve ter sido incentivado ainda pela campanha de repressão ao jogo do bicho empreendida, no ano anterior, pelo delegado Astolfo Rezende, que afetou seus negócios.⁹²

O caso do Cinema-Palace é especialmente notável por ter sido a mais importante sala nas imediações da avenida Central que não fechou contrato com a MF&F para exibição das novidades Pathé Frères em 1908. Seu diferencial foi a exibição regular, desde a sua abertura, de fitas nacionais junto às estrangeiras.⁹³

Na verdade, o Cinema-Palace foi planejado já tendo como estratégia o incremento de sua programação com as fitas produzidas pela Photo-Cinematographia Brasileira, empresa pertencente aos mesmos proprietários da sala de exibição e criada antes mesmo da abertura do cinema. A iniciativa certamente partiu do ativo e experiente cinegrafista Antonio Leal (1877-1946), que vinha realizando filmes na capital federal havia três anos.

Fotógrafo com sólida formação, conhecido e bem relacionado no Rio de Janeiro, Leal tinha um perfil socioeconômico mais próximo dos Ferrez e distante de outros imigrantes com antecedentes de pobreza e ligações com o jogo do bicho, como Segreto, Staffa ou Labanca.⁹⁴ Com uma câmera Pathé trazida por

[90] Labanca era uma das mais misteriosas figuras do início do cinema no Brasil. Esse perfil biográfico inédito foi possibilitado principalmente pelas informações obtidas com Ana Maria Augusto, sua neta, a quem agradeço.

[91] Anotações de Adhemar Gonzaga na ficha “José Labanca”, Arquivo Cinédia.

[92] Em março de 1907, a polícia chegou a fechar duas agências de Labanca, na rua Gonçalves Dias e na rua do Teatro, por sediarem apostas do jogo do bicho, além de prender um empregado em flagrante. Aliás, no próprio endereço da rua do Ouvidor onde foi aberto o Cinema-Palace, funcionava anteriormente outra agência de Labanca acusada de sediar jogo do bicho. Com a mudança na numeração da rua do Ouvidor por volta de 1909, o endereço do Cinema-Palace passou do número 149-B para 185. Ver *Correio da Manhã*, 7 mar. 1907, p. 2; “A Polícia e o Jogo”, *Jornal do Brasil*, 2 mar. 1907, p. 3; Felipe Santos Magalhães, *Ganhou leva... do vale o impresso ao vale escrito: uma história social do jogo do bicho no Rio de Janeiro (1890-1960)* (tese), UFRJ, 2005, p. 192.

[93] Um anúncio do cinema insinuava a diferença em relação às salas concorrentes que exibiam filmes da Pathé Frères: “No Cinema-Palace só se exibem fitas novas, de Gaumont, Vitagraph e outros fabricantes *mais originais*” (*Jornal do Brasil*, 13 jun. 1908, p. 16, grifo meu).

[94] Segundo seu necrológio, Leal cursou o Colégio Acadêmico de Braga, vindo de Portugal

um amigo recém-chegado da Europa, Leal começou a filmar em 1905, quando registrou a renovação urbana do centro da cidade em títulos como *Inauguração e obras da Avenida Central*, *Eixo da Avenida Central* e *Obras do porto*.⁹⁵ Realizados por iniciativa própria, esses filmes – futuramente considerados, equivocadamente, como os primeiros feitos no Brasil⁹⁶ – foram exibidos no prestigioso Clube de Engenharia para uma plateia que incluía o prefeito Pereira Passos, o presidente do clube, Paulo de Frontin, o engenheiro Sampaio Correa e o ministro Lauro Muller. Sem muitas alternativas de espaços onde realizar sessões pagas de suas produções (e, portanto, de como financiá-las), Leal buscou subvenções de políticos para esses e outros filmes, realizados a título de

ao Rio de Janeiro pela primeira vez em 1889, aos 11 anos de idade. No Brasil, estudou pintura na Escola de Belas Artes, trabalhando depois na imprensa, onde tornou-se fotógrafo, por exemplo, das revistas *O Malho* e *Kosmos*. Segundo anotações de Adhemar Gonzaga em entrevista com Raul Pederneiras, Leal era concunhado do caricaturista Calixto Cordeiro, que teria lhe ajudado a ingressar na imprensa. Ver Pedro Lima, “Reminiscência para a história do cinema brasileiro”, *O Jornal*, 12 maio 1946, p. 8, FF:GF 4.03.1.11, AN. O necrológio de Leal se baseou, em grande parte, em informações que o próprio Leal havia fornecido a Lima, como demonstra um documento manuscrito no acervo do crítico (Antonio Leal, s.d., Arquivo Pedro Lima, APL-PT/1, Cinemateca Brasileira).

[95] *O commentario*, v. 3, n. 8, dez. 1905, p. 105; “Uma chantage”, *Gazeta de Notícias*, 5 mar. 1909, p. 2.

[96] O dia em que Leal teria feito sua primeira filmagem na avenida Central – 5 de novembro (embora Adhemar Gonzaga afirmasse ter sido dia 15) – foi transformado em data comemorativa, o “dia do cinema brasileiro”, a partir de fins dos anos 1940, embora o ano em que ela ocorreria ainda fosse colocado em dúvida, não havendo certeza se fora em 1902, 1903 ou 1905 (F. Silva Nobre, *Pequena história do cinema brasileiro*, Rio de Janeiro: AABB, 1955, p. 12). Essa suposta primazia foi afirmada e reafirmada ao longo dos anos pelo próprio Leal. Já em 1908, ele se atribuía o pioneirismo de ter produzido “aqui no Brasil pela primeira vez as vistas animadas, até então privilégio de alguns outros europeus” (A. Leal, “Os estranguladores do Rio”, *Gazeta de Notícias*, 10 jul. 1908, p. 4). Nos anos 1930, o papel timbrado profissional de Antonio Leal passou a trazer impressa a atribuição de “realizador dos primeiros filmes documentários executados no Brasil em 1903” (documento do Arquivo Cinédia). Coube a Alex Viany negar definitivamente a Leal o posto de primeiro realizador de filmes no Brasil, que lhe vinha sendo equivocadamente conferido pelo “registro em filme de algumas vistas do Rio, a 5 de novembro de 1903 – data erroneamente comemorada como Dia do Cinema Brasileiro” (Alex Viany, *Introdução ao cinema brasileiro*, Rio de Janeiro: Instituto Nacional do Livro, 1959, p. 25). Atualmente, esquecida essa história, encontram-se na internet explicações as mais improváveis para a comemoração do “Dia do Cinema Brasileiro” em 5 de novembro: da data de nascimento do cineasta Paulo Cezar Sarraceni à data de falecimento do cineasta Humberto Mauro.

propaganda do país. Ou seja, é possível localizar, já nesse momento inicial da produção cinematográfica nacional, a prática da “cavação” como estratégia de sobrevivência profissional do cinegrafista brasileiro.⁹⁷

Nesse sentido, Leal realizou filmagens, em particular, sobre ações diplomáticas que buscavam afirmar a imagem do Brasil no exterior, como o Terceiro Congresso Pan-Americano, realizado no Rio de Janeiro entre julho e agosto de 1906, e as visitas de Elihu Root (secretário de Estado dos Estados Unidos), em julho de 1906, e de Julio Roca (presidente da Argentina), em março de 1907.⁹⁸

Nesse período, Leal criou a Empresa de Cinematographia Brasileira, através da qual realizou filmes que foram exibidos por Paschoal Segreto, na Maison Moderne. Entre eles estava o filme de atualidade *Rocca, Carletto e Pegatto na casa de detenção* (1906), sobre os acusados do então recente e chocante crime da rua da Carioca, que obteve enorme sucesso de público.⁹⁹

Em 12 de junho de 1907, Leal exibiu alguns de seus filmes sobre a avenida Central – e também seu recente filme científico *Operação das Marias xifópagas pelo Dr. Chapot Prevost*, registro da cirurgia realizada no mês anterior – para o presidente Afonso Pena. O jornalista e caricaturista Raul Pederneiras descreveu, anos depois, aquela sessão: “O aparelho projetor foi montado na sala dos despachos do Palácio do Catete, com luz excelente da usina do próprio edifício. Deu-se a exibição na presença do Chefe do Estado, sua família, quase todo o Ministério, parlamentares, jornalistas e convidados. Daí resultou a partida

[97] *Cavação* era uma gíria que passou a ser usada especificamente no meio cinematográfico para descrever, de forma pejorativa, diferentes expedientes que produtores e cinegrafistas utilizavam no Brasil para financiar sua atividade, como a realização de filmes de propaganda ou encomenda. Ver a respeito: Jean-Claude Bernardet, *Cinema brasileiro: propostas para uma história*, São Paulo: Paz & Terra, 1979, pp. 23-28; Luís Alberto Rocha Melo, “Que ‘cavação’ é essa?”, em Carlos Roberto de Souza (org.), *V Jornada Brasileira de Cinema Silencioso*, São Paulo: Cinemateca Brasileira, 2011.

[98] Algumas dessas informações são oriundas de precioso relato do colega de Leal, o cinegrafista Emílio Guimarães (“Uma chantage”, *Gazeta de Notícias*, 5 mar. 1909, p. 2).

[99] Os historiadores até o momento apontavam esse filme simplesmente como uma produção de Paschoal Segreto, mas uma reportagem sobre a chegada dos suspeitos à casa de detenção informava a presença de Leal realizando a filmagem (*O Século*, 31 out. 1906, p. 2). Semanas antes da exibição de *Rocca, Carletto e Pegatto na casa de detenção*, outros filmes exibidos na Maison Moderne, em 22 de outubro de 1906, como *O desembarque de Mr. Root*, *Inauguração da Avenida Central*, *Um passeio no Leme* e *O carnaval na avenida Central*, certamente também eram realizações de Leal (V. P. Araújo, *A bela época do cinema brasileiro*, São Paulo: Perspectiva, 1976, p. 189).

imediate de Antonio Leal para a Europa com os trabalhos que produzira”.¹⁰⁰ De fato, o cinegrafista embarcou para a Europa no dia seguinte à exibição com a missão de usar os filmes como propaganda do Brasil no exterior.¹⁰¹

Com o apoio do ministro Miguel Calmon e munido de uma carta de apresentação de Marc Ferrez – que, àquela altura, já era agente exclusivo da Pathé Frères no Brasil –, Leal partiu com os negativos de seus filmes. Em Paris, fez novas cópias e as exibiu no Kinema Gab-Ka, localizado no número 27 do Boulevard des Italiens, e especializado em filmes de atualidades. Leal teria conseguido circular seus filmes na Europa através da empresa distribuidora francesa Raleigh & Robert.

Leal estava na Europa, aprimorando seus conhecimentos sobre cinema, quando se iniciou a febre de cinematógrafos no Rio de Janeiro, o que talvez tenha incentivado seu retorno, mas sob novas bases de trabalho. Ainda em fins de 1907, um anúncio da recém-criada Photo-Cinematographia Brasileira divulgava seu retorno ao país, trazendo “fitas nunca exibidas nesta capital”, além de filmes realizados em Portugal pelo próprio Leal.¹⁰² De volta à capital federal em janeiro de 1908, um filme de Leal, *A entrada da esquadra norte-americana na baía do Rio de Janeiro*, produção da Photo-Cinematographia Brasileira, foi exibido no Universal Animatógrafo, na avenida Central, antes mesmo da abertura do Cinema-Palace.¹⁰³

Na parceria que foi estabelecida entre Labanca e Leal, provavelmente o primeiro foi atraído pelos altos lucros de um negócio legítimo, fornecendo o capital para a abertura do cinematógrafo e, posteriormente, para a construção de um estúdio de filmagem. Já Leal deve ter visto a oportunidade de não apenas

[100] Raul Pederneiras, “A fita no Brasil”, *Jornal do Brasil*, 20 jun. 1942 (Arquivo Cinédia).

[101] *O Paiz*, 13 jun. 1907, p. 1. Segundo relato do seu antigo companheiro, Emílio Guimarães, à *Gazeta de Notícias*, Leal viajou às pressas para a Europa pois temia a concorrência na exibição de vistas do país no exterior por um operador da Pathé Frères que vinha ao Brasil. Meses depois, a mesma edição do jornal *O Comércio de S. Paulo* que comentava, na primeira página, a presença de um cinegrafista francês no Rio de Janeiro para tirar vistas do país para o estrangeiro, reportava, na página seguinte, que Leal tinha feito contrato para distribuição de seus filmes na Europa. O operador da Pathé Frères mencionado era Jean Vermeulen, que chegou ao Rio de Janeiro em meados de agosto de 1907 para filmar a visita do ex-presidente da câmara dos deputados da França, Paul Doumier, iniciada dias depois, aos estados de São Paulo, Minas Gerais e Paraná, além da capital federal. Ver *Gazeta de Notícias*, 5 mar. 1909, p. 2; *O Comercio de S. Paulo*, 24 ago. 1907, pp. 1-2.

[102] *A Imprensa*, 23 dez. 1907, p. 4.

[103] *O Século*, 17 jan. 1908, p. 3.

dar continuidade e aperfeiçoar seu trabalho como cinegrafista, como de garantir uma maneira mais segura de escoar e financiar sua produção ao se tornar sócio de uma sala de exibição própria. Num cartão de visitas da Photo-Cinematographia Brasileira, a empresa orgulhosamente se apresentava como “fornecedores de fitas do Brasil para os principais teatros de Paris”, apoiando-se no feito recente de Leal, mas o retrato de Labanca estampado no verso do cartão demonstra quem era realmente o capitalista por trás do negócio (figuras 7 e 10).¹⁰⁴

Portanto, à frente do Cinema-Palace, a Labanca, Leal & Cia não foi apenas mais uma empresa exibidora-distribuidora a lidar com um estoque de cópias de filmes estrangeiros comprados diretamente na Europa, tal como a maioria de seus concorrentes, mas se constituiu também em pioneira produtora e distribuidora de filmes nacionais.

Mas a Photo-Cinematographia Brasileira não era a única a ter como estratégia a realização de filmes para exibição nos recentes cinematógrafos. No contrato de criação da própria Marc Ferrez & Filhos, ainda em 1907, era explicitado que Julio Ferrez ficava responsável pela “reprodução de vistas”. De fato, Julio filmou diversas *fitas de actualidades* (o termo da época) para exibição no Pathé desde a sua inauguração, em setembro de 1907. Entretanto, os anúncios só começaram a dar crédito regularmente ao “operador J. Ferrez” no segundo semestre de 1908.¹⁰⁵ Devido ao aumento da produção de fitas locais para exibição nos numerosos cinematógrafos, tornava-se cada vez mais necessário diferenciar os realizadores de diferentes filmes que frequentemente tratavam dos mesmos acontecimentos e, conseqüentemente, tinham títulos semelhantes ou mesmo idênticos.

Como demonstrou o pesquisador Vicente de Paula Araújo, a concorrência entre as salas de cinema cresceu tanto no início de 1908 que acontecimentos sociais como o curso de Botafogo (passeio de carros promovido para as abastadas famílias cariocas) chegaram a ser filmados por operadores de três cinematógrafos diferentes.¹⁰⁶ Ao longo de 1908, os mesmos assuntos ou eventos de destaque eram, cada vez mais, transformados em filmes exibidos por

[104] Esse cartão de alumínio teve tantas cópias que ainda hoje pode ser encontrado à venda na internet. Foi reproduzido antes em: Jurandyr Noronha, *No tempo das manivelas*, Rio de Janeiro: Ebal e Kinar e Embrafilme, 1987, p. 7.

[105] A fita *Desembarque do S. Ex. Ministro da Guerra, o Marechal Hermes da Fonseca*, por exemplo, foi anunciada na programação do cinema Pathé como tendo sido “tirada pelo nosso operador. J. Ferrez”. Ver *O Paiz*, 7 nov. 1908, p. 10.

[106] V. P. Araújo, *A bela época do cinema brasileiro*, São Paulo: Perspectiva, 1976, pp. 238-240.

cinematógrafos concorrentes. Em meados do ano, um jornal chegou a fazer piada com a abundância de filmes locais sobre *fait divers*:

- Quantos desastres [ferroviários] na Central!
- São propositais.
- Propositais, homêssa!
- Propositais, sim, preparados para tirar fitas do cinematógrafo.¹⁰⁷

O inegável crescimento da produção local na capital federal, a partir principalmente de 1908, levou os pioneiros historiadores do cinema brasileiro, baseados numa ideologia nacionalista, a formular o conceito de “bela época do cinema brasileiro”, que veio a nomear o livro de Vicente de Paula Araújo originalmente intitulado simplesmente *O cinematógrafo no Rio de Janeiro*. Por outro lado, autores como Randal Johnson, Jean-Claude Bernardet e José Inácio de Melo Souza reavaliaram esse conceito e período nas últimas décadas, demonstrando que os filmes brasileiros jamais chegaram a desbancar o domínio do cinema estrangeiro na programação dos cinemas como os livros de história do cinema brasileiro vinham afirmando até então.¹⁰⁸ Mas apesar dos avanços nas pesquisas, as causas concretas para o inegável aumento na produção de filmes no Rio de Janeiro, nesse período, permaneceram até o momento insatisfatoriamente explicadas.

Analisando esse fenômeno pelo viés da distribuição, é possível uma nova interpretação: a de que os cada vez mais numerosos filmes produzidos por e para alguns dos principais cinematógrafos cariocas, que continuaram se expandindo desde meados de 1907, devam ser entendidos como formas de dotar essas salas de uma programação própria e exclusiva quando se tornava cada vez mais difícil se diferenciar dos exibidores concorrentes, especialmente diante do recente domínio da Pathé Frères no campo das novidades estrangeiras. Afinal de contas, o contrato assinado entre a MF&F e Staffa, em 16 de junho de 1908, determinava que o segundo deveria exibir exclusivamente fitas da Pathé, com exceção apenas de “fitas de assuntos nacionais” ou filmes

[107] *O Século*, 4 jul. 1908, p. 1.

[108] Ver Randal Johnson, *The Film Industry in Brazil: Culture and the State*, Pittsburgh: University of Pittsburgh Press, 1987, p. 27; Jean-Claude Bernardet, *Historiografia clássica do cinema brasileiro*, São Paulo: Annablume, 1995, pp. 47-48; J. I. M. Souza, *Imagens do passado: São Paulo e Rio de Janeiro nos primórdios do cinema*, São Paulo: Senac, 2004, pp. 179-180 e 233-236.

falantes até o oferecimento do Syncrophone Pathé, provavelmente por exigência de Segreto e Auler, que vinham exibindo fitas falantes de outros fabricantes, sobretudo da Gaumont.¹⁰⁹

Não se tratava apenas de uma reação ao domínio da Pathé Frères, mas também à falta de opções para os exibidores. Diante da proliferação de salas de cinema ocorrida em diversos países entre 1906 e 1907, tanto no Brasil como no exterior, houve um “excesso de competição” entre os exibidores por filmes novos para alimentar a intensa programação desses espaços.¹¹⁰ Como resumiu Charles Musser a respeito do contexto de emergência dos *nickelodeons* nos Estados Unidos: “A demanda [por filmes] era muito maior que a oferta”.¹¹¹ Mas as consequências em cada mercado para esse cenário semelhante foram bem diferentes. Particularmente no Rio de Janeiro, essa situação estimulou a ampliação da produção local.

Para sustentar esse argumento, pode-se examinar a programação dos cinematógrafos Parisiense, Pathé e Rio Branco na semana em que ocorreu a já citada discussão epistolar entre os Ferrez e Staffa. Em 20 de junho de 1908, sábado, essas três salas exibiam quatro filmes iguais, de “interesse geral”, como parte do programa de novidades da Pathé Frères distribuído pela MF&F. Tratavam-se de *L'héritage du rapin*, *La vengeance de l'ouvrier*, *La fiancée du garde française* e *La journée d'une suffragette*. Eram todas produções recentes e inéditas no Brasil, lançadas entre maio e junho de 1908 pela fábrica francesa e com duração entre 5 e 10 minutos cada.¹¹²

Uma tentativa de diferenciação dos programas das salas cariocas se dava através da mera troca do título em português. Se os três primeiros filmes foram

[109] Contrato entre [...] Marc Ferrez & Filhos [...] e Staffa [...], 16 jun. 1908, FF: MFF 2.0.1.16.11, AN. O aparelho falante da companhia francesa – o Cine-Phono Pathé – estreou no cinematógrafo Pathé somente em 23 de outubro de 1908 (*Gazeta de Notícias*, 23 out. 1908, p. 6).

[110] Ben Brewster, “Periodization of Early Cinema”, em Charlie Keil e Shelley Stamp (orgs.), *American Cinema's Transitional Era: Audiences, Institutions, Practices*, Berkeley: University of California Press, 2004, pp. 66-75.

[111] Charles Musser, *The Emergence of Cinema: The American Screen to 1907*, Nova York: Charles Scribner's Sons, 1990, p. 449.

[112] Esses filmes possuíam entre 115 e 180 metros. A duração foi considerada a partir da projeção entre 16 e 18 fotogramas por segundo. Pesquisa feita a partir das descrições, datas e títulos dos filmes em: Filmographie Pathé, Fondation Jérôme Seydoux. Disponível em <<http://filmographie.fondation-jeromeseydoux-pathe.com>>. Acesso em 4 dez. 2020.

apresentados em todas as salas com os mesmos títulos – *A noiva do guarda francês*, *A herança do pintor* e *A vingança do operário* –, *La journée d'une suffragette* foi anunciado como *O dia de uma eleitora* pelo Rio Branco, como *O eleitorado feminino* pelo Parisiense, e como *A mulher eleitora* pelo Pathé. A variação do título em português virou, inclusive, um procedimento comum, apesar de criticado.

Mas enquanto o programa de Staffa foi completado com uma fita documentária de “interesse limitado” – *Uma viagem ao Sudão (Promenade au Soudan)*, lançamento de março da fábrica francesa –, o Rio Branco e o Pathé se distinguiram dos concorrentes sobretudo com fitas nacionais especialmente produzidas para exibição nesses cinematógrafos. Além de uma fita falante estrangeira (*Le cor*, uma *phonoscène* Gaumont), o Rio Branco exibiu, como havia se tornado comum, uma atualidade filmada no Rio de Janeiro (*Exercício do batalhão do internato da Guarda Nacional*). Por sua vez, o Pathé estreou *Nhô Anastácio chegou de viagem*, comédia filmada por Julio Ferrez que é considerada o primeiro filme ficcional realizado no Brasil, o que atesta ainda mais sua novidade e atratividade.¹¹³ A influência da fábrica francesa era evidente se o considerarmos uma tentativa de reproduzir localmente as comédias de grande sucesso da Pathé Frères, mas através de um produto próprio que seria lançado com exclusividade na sala de Arnaldo & Cia. Não à toa, *Nhô Anastácio chegou de viagem* foi o pivô da briga com Staffa. Por conta de uma concorrência alegadamente injusta, no dia 21 de junho, domingo, o Parisiense trocou sua programação dois dias antes do combinado, enquanto os demais cinematógrafos – além do Rio Branco e Pathé, também o Paris – somente o fizeram, como de hábito, na terça, dia 23.

No dia 23 de junho, aliás, ao descrever como os cinematógrafos do centro da cidade estavam “animadíssimos” naquela terça-feira de troca de programação, o célebre jornalista social Figueiredo Pimentel, titular da sessão “Binóculo”, deixava claro o fenômeno de padronização da programação: “O Pathé, o Parisiense e o Rio Branco exibem as célebres fitas Pathé Frères, *mais ou menos as mesmas*” (grifo meu).¹¹⁴

Em busca da diferenciação de suas programações, a tendência desenvolvida na segunda metade de 1908 foi não mais apenas a realização de fitas de atualidades – que inevitavelmente se assemelhavam umas às outras quando o assunto era o mesmo –, mas a confecção de produtos mais singulares através da

[113] *Gazeta de Notícias*, 20 jun. 1908, p. 6.

[114] *Gazeta de Notícias*, 23 jun. 1908, p. 2.

produção de filmes de ficção ou de reconstituição de acontecimentos reais. Ou seja, para usar os termos que se tornariam mais comuns nesse período, houve uma clara passagem da realização de filmes *naturais* para a produção de filmes *posados* na busca por produtos mais claramente exclusivos.

Afinal, diante do sucesso da comédia *Nhô Anastácio chegou de viagem* em sua exibição no cinematógrafo Pathé – a julgar, por exemplo, pela reação intempestiva do concorrente Staffa –, exatamente uma semana depois o Cinema-Palace lançou um programa com não somente uma, mas duas comédias nacionais: *O comprador de ratos* e *Os capadócios da Cidade Nova*.¹¹⁵ A disputa prosseguiu tanto com filmes naturais sobre os mesmos acontecimentos ou filmados nos mesmos locais (gerando inclusive brigas judiciais),¹¹⁶ quanto através da duração dos filmes. A Photo-Cinematographia Brasileira alcançou um sucesso sem precedentes com *Os estranguladores*, filme de surpreendentes 700 metros (cerca de 35 minutos), baseado no célebre crime da rua da Carioca cometido dois anos antes – que Leal já havia levado às telas –, mas cujo aguardado julgamento se iniciou apenas em julho de 1908. Ocupando um programa completo, *Os estranguladores* foi exibido no Cinema-Palace durante duas semanas em agosto e mais duas semanas em setembro, assim como em outras salas.¹¹⁷

O investimento de Labanca e Leal na produção de filmes para sua própria exibição se evidenciava, em setembro de 1908, quando o Cinema-Palace exibiu um programa inteiramente composto por quatro filmes nacionais, dois

[115] *Gazeta de Notícias*, 27 jun. 1908, p. 8.

[116] Dono da concessão para exploração de um teatro e um cinematógrafo na Exposição Nacional Comemorativa do 1º Centenário da Abertura dos Portos do Brasil, em 1908, Paschoal Segreto alegou ter exclusividade não apenas para exibir, mas também para “tirar fitas” no recinto da exposição. Assim, chamou a polícia e, em seguida, entrou na justiça quando a empresa de Labanca e Leal realizou filmagens no local. Entretanto, não teve seu pedido atendido, segundo carta do advogado da empresa do Cinema-Palace publicada na imprensa. A decisão foi depois confirmada pelo Supremo Tribunal Federal (Gregorio Garcia Seabra Junior, “Exposição Nacional”, *O Paiz*, 23 ago. 1908, p. 8; V. P. Araújo, *A bela época do cinema brasileiro*, São Paulo: Perspectiva, 1981, p. 263).

[117] Rielle Navitski, *Public Spectacles of Violence: Sensational Cinema and Journalism in Early Twentieth-Century Mexico and Brazil*, Durham: Duke University Press, 2017, p. 150. Como já indicado, Antonio Leal foi o responsável pela filmagem que resultou no filme de atualidade *Rocca, Carletto e Pegatto na casa de detenção*, exibido com enorme sucesso por Paschoal Segreto, em 1906. Portanto, Leal já tinha familiaridade com o caso ao filmar *Os estranguladores* dois anos depois, e também com a potencial lucratividade de filmagens sobre o crime da rua da Carioca.

inéditos e dois em reprise. A empresa já tinha, inclusive, um razoável estoque de fitas nacionais para lançar mão.¹¹⁸

A concorrência no campo dos filmes posados nacionais se acirrou ainda mais, particularmente na seara criminal. Em setembro de 1908, todas as atenções se voltaram para o chocante assassinato do comerciante Elias Farah, cujo corpo foi encontrado destroçado numa valise. No mês seguinte, Julio Ferrez já tinha filmado *A mala sinistra*, exibido no cinematógrafo Pathé (de 2 a 5 de outubro) e no Rio Branco (de 4 a 8), demonstrando a existência de, pelo menos, duas cópias. Leal lançou sua versão de mesmo título e mais extensa apenas em meados de outubro, enquanto em São Paulo também filmaram outras versões do mesmo caso.¹¹⁹

A Labanca, Leal & Cia certamente percebeu que era no campo dos assuntos locais que a empresa podia tentar escapar da hegemonia da Pathé nas novidades estrangeiras, não apenas como exibidora, mas também como distribuidora. Já em maio de 1908, anúncio do Cinema-Palace dizia: “Vendem-se fitas de assuntos brasileiros e principalmente do Rio, para a capital e estados. Pedir catálogos à Photo-Cinematographia Brasileira”.¹²⁰

Em julho de 1908, após a rompimento entre Staffa e a MF&F, o cinematógrafo Parisiense, por exemplo, também exibiu filmes produzidos pelo Cinema-Palace. Ao destacar *Match internacional de foot-ball, entre Brasileiros e Argentinos* (anunciado pelo Palace com o título *Argentina versus Brasil!*), a sala de Staffa informava: “Esta fita de feliz êxito honra a Photo-Cinematographia Brasileira, sendo trabalho do sr. A. Leal”.¹²¹ Do filme *Os estranguladores*, por exemplo,

[118] As estreias eram *Os Guaranis*, filmagem da “farsa” do palhaço negro Benjamin de Oliveira no Circo Spinelli, e a comédia *Tudo pela higiene*. Eram reprisadas as comédias *Os capadócios da Cidade Nova* e *Só Lotero e Nhá Ofrásia com seus produtos na exposição*, outro filme claramente calcado em *Nhô Anastácio* (*A Imprensa*, 14 set. 1908, p. 6). A respeito do filme *Só Lotero e Nhá Ofrásia com seus produtos na exposição*, que havia estreado no mês anterior no Cinema-Palace, ver Carolina Azevedo Di Giacomo, *Espectadores em trânsito: identificação, imersão e distinção no Rio de Janeiro do início do século XX* (dissertação), USP, 2019, pp. 123-168.

[119] R. Navitski, *Public Spectacles of Violence: Sensational Cinema and Journalism in Early Twentieth-Century Mexico and Brazil*, Durham: Duke University Press, 2017, p. 270. Sobre os filmes paulistas, ver J. I. M. Souza, “As imperfeições do crime da mala: ‘cine-gêneros’ e reencarnações no cinema dos primórdios”, *Revista USP*, n. 45, 2000, pp. 106-112.

[120] *Gazeta de Notícias*, 29 maio 1908, p. 8.

[121] *Gazeta de Notícias*, 15 jul. 1908, p. 6.

foram feitas três cópias para distribuição.¹²² A presença de produções da empresa do Cinema-Palace na programação de diversos cinematógrafos (e não apenas no Rio de Janeiro), ao longo de 1908, atesta seu sucesso na comercialização de cópias de seus filmes.

O sucesso dos filmes posados no Rio de Janeiro, a partir de meados de 1908, é atestado ainda pela iniciativa de construção de um dos primeiros estúdios de filmagem do Brasil pela Photo-Cinematographia Brasileira.¹²³ Então chamado de “atelier de pose”, não se tratava de um investimento e estrutura necessários enquanto a produção se concentrava somente nas fitas naturais, tiradas ao ar livre. Localizado na rua dos Inválidos, 139, o estúdio tinha um telhado de vidro para permitir a passagem de luz natural, nos moldes daqueles que Antonio Leal deve ter conhecido na França, dois anos antes. Em obras em janeiro de 1909, no mês seguinte o colunista Figueiredo Pimentel visitou o estúdio, localizado nos fundos de um grande sobrado de uma pensão na Lapa, descrevendo-o como “montado com todas as regras e excelentemente instalado”. Segundo anotações de Adhemar Gonzaga, Labanca teria comprado o sobrado, alugado os cômodos e construído o estúdio sob a orientação de Leal.¹²⁴ Em março, fitas como *Noivado de sangue* – mais uma reconstituição de crime real filmada por Leal – já foram anunciadas como “fabricadas nos novos ateliers do Cinema-Palace”.¹²⁵

Em São Paulo, Francisco Serrador também seguiu na estratégia da produção própria, inclusive ficcional, como diferencial na programação de suas salas de exibição. Por uma pequena diferença de tempo, talvez tenha sido seu o primeiro “atelier de pose” do cinema brasileiro.¹²⁶ O responsável pelas filmagens

[122] J. I. M. Souza, *Imagens do passado: São Paulo e Rio de Janeiro nos primórdios do cinema*, São Paulo: Senac, 2004, p. 236.

[123] Há referências a esse estúdio em relatos de Julio Ferrez, Luiz de Barros e do próprio Leal. Ver Julio Ferrez, “Cinema Falado”, s.d., FF-JF 2.0.2.1.6, AN; Luiz de Barros, *Minhas memórias de cineasta*, Rio de Janeiro: Artenova e Embrafilme, 1978, p. 75; Antonio Leal, s.d., Arquivo Pedro Lima, APL-PT/1, Cinemateca Brasileira.

[124] Anotações de Adhemar Gonzaga na ficha “José Labanca”, Arquivo Cinédia.

[125] *Gazeta de Notícias*, 27 fev. 1909, p. 3; *Gazeta de Notícias*, 9 mar. 1909, p. 6; Rielle Navitski, “Regulating Light, Interiors, and the National Image: Electrification and Studio Space in Silent-Era Brazil”, em Brian R. Jacobson (org.), *In the Studio: Visual Creation and Its Material Environments*, Oakland: University of California Press, 2020, p. 45.

[126] O estúdio de filmagem de Serrador teria sido criado para realização de seus primeiros filmes cantantes, entre fins de 1908 e início de 1909, em São Paulo. Segundo anotações de Adhemar Gonzaga de entrevista com o maestro C. Campos Pagliuchi, que trabalhou na

era o cinegrafista Alberto Botelho (1885-1973), outro fotógrafo que, como Leal, enveredou pela nova profissão. Importante ressaltar que, diferentemente do que vem sendo repetido pelos historiadores, Botelho nunca foi representante da MF&F em São Paulo e jamais teve relações comerciais com os Ferrez no campo da distribuição. Ao citar a informação publicada na imprensa, em novembro de 1907, de que o fotógrafo Alberto Botelho, da Empresa Cinematográfica Americana, partia para São Paulo para “montar alguns cinematógrafos marca Pathé”, Vicente de Paula Araújo equivocadamente presumiu que Botelho fosse agente da MF&F.¹²⁷ Na verdade, a Empresa Cinematográfica Americana, da qual Botelho era sócio, simplesmente explorou como sala de cinema o antigo Teatro Popular, no Brás, provavelmente fazendo uso de projetores e filmes da Pathé Frères comprados da MF&F.¹²⁸ O negócio parece ter durado menos de um mês, pois já em 13 de fevereiro de 1908 a sociedade era encerrada.¹²⁹

Pouco depois, Botelho foi contratado como cinegrafista da Empresa F. Serrador, responsável pelos filmes que seriam exibidos em seus cinemas. Uma reportagem com o então veterano cineasta, em 1966, confirma essa versão dos fatos:

Alberto Botelho conta que em 1906 [na verdade em 1907], quando recebia um mil réis por foto que fazia para os jornais e revistas, decidiu ganhar dinheiro em São Paulo, tendo formado sociedade com Guilherme Louzada e Arthur do Carmo [na Empresa Cinematográfica Americana]. Após vários planos, os três decidiram entrar no comércio de exibição de filmes e construíram o primeiro cinema do Brás, em São Paulo. Botelho lembra que sua maior dificuldade na época era conseguir filmes para exibição, pois ainda não existia o sistema de aluguel, sendo necessária a compra, e que não dava lucro para a empresa que só tivesse um único cinema. Por força das circunstâncias, Botelho e os sócios integraram seu cinema na cadeia de Francisco Serrador, que apesar de ter várias casas enfrentava a mesma dificuldade de [falta de] filmes. Serrador – lembra Botelho – conversando uma tarde sobre o problema e sabendo que ele lia

orquestra do Bijou Theatre, o escritório da Empresa F. Serrador ficava num amplo casarão na rua Brigadeiro Tobias, em São Paulo, onde eram localizados também o laboratório de revelação de filmes e um grande salão onde ocorreram as filmagens (documento do Arquivo Cinédia).

[127] V. P. Araújo, *A bela época do cinema brasileiro*, São Paulo: Perspectiva, 1976, p. 214.

[128] V. P. Araújo, *Salões, circos e cinemas de São Paulo*, São Paulo: Perspectiva, 1981, p. 148.

[129] *Correio Paulistano*, 13 fev. 1908, p. 5.

muito sobre cinema, perguntou se não gostaria de tentar fazer filmes. Botelho gostou da ideia. Serrador comprou uma câmera Lumière. Com o tripé nas costas e a velha Lumière manual, o fotógrafo saiu nas ruas. Nascia um cineasta.¹³⁰

Além de esclarecer sua passagem de exibidor (e provável projetorista) à cinegrafista, o depoimento retrospectivo de Botelho é particularmente relevante por três outros motivos. Em primeiro lugar, por mostrar a dificuldade inicial de obtenção de filmes novos por pequenos exibidores em São Paulo, cuja única alternativa era a compra de cópias. Em segundo lugar, indica como essa dificuldade propiciou a constituição de uma cadeia de salas por Serrador, que importava filmes da Europa e passou a ser fornecido também pela MF&F do Rio de Janeiro. Em terceiro lugar, confirma que a motivação para Serrador iniciar a produção de filmes era justamente a insuficiência no fornecimento de filmes inéditos para exibição em seus cinemas. Tanto no Rio quanto em São Paulo, a tendência foi semelhante no contexto de *boom* de salas fixas, mas ainda escassa oferta de lançamentos: a realização de fitas nacionais pelos exibidores para atrair espectadores aos seus cinemas através do oferecimento de um produto inédito exclusivo.¹³¹

Por fim, devemos lembrar que apesar de a produção de filmes nacionais ter sido uma forma que alguns exibidores localizados no Rio de Janeiro (e em São Paulo) encontraram para concorrer com os filmes da Pathé Frères, distribuídos pela MF&F, a empresa dos Ferrez também lucrou com isso, já que era um dos principais comerciantes de filme virgem e equipamentos de filmagem de todo o país.¹³²

[130] Moura Reis, "Velho cineasta vê o tempo quase perdido", *Correio da Manhã*, 15 mar. 1966, p. 8. A equivocada afirmação de Araújo de que Botelho foi para São Paulo como agente da MF&F foi repetida por Gonzaga (1996, p. 92) e Souza (2004, p. 212), perpetuando o erro, que consta ainda no verbete "Brazil", por Ana López (Richard Abel (org.), *Encyclopedia of Early Cinema*, Londres e Nova York: Routledge, 2005, p. 118).

[131] Por outro lado, mantinha-se também a tendência de realização de filmes de propaganda, evidenciada, por exemplo, pela já mencionada Exposição Nacional, realizada entre agosto e novembro de 1908, na capital federal, no bairro da Urca. Afinal, o evento motivou a produção de filmes em outros estados do país para exibição na Exposição, por exemplo em Minas Gerais, por Raimundo Alves Pinto.

[132] Em 1909, através de José Tous Roca, a MF&F fez negócio com o poderoso empresário peruano Julio Cesar Arana. Uma correspondência descrevia a venda de uma câmera (como a MF&F não tinha em estoque, cederam a de Julio Ferrez) e 1.000 metros de filme virgem. Arana teria encomendado 3.000 metros de negativo, mas os Ferrez ficaram de enviar o restante

A construção de um novo modelo de negócios

A partir de abril de 1908, quando a Marc Ferrez & Filhos se dedicou a fechar contratos de aluguel e venda dos lançamentos da Pathé Frères para os proprietários de cinemas fixos que começaram a se expandir pelo Brasil, a distribuidora construiu um novo modelo de negócio. Se desde setembro de 1907 a MF&F fornecia filmes inéditos somente para a Arnaldo & Cia, da qual era sócia, exibir no cinematógrafo Pathé, sete meses depois, a distribuidora ampliou o número de clientes para o aluguel de programas novos, em primeira exibição, cobrando o preço máximo permitido pela fábrica francesa (1\$000 réis o metro de filme preto e branco), valorizados por sua atualidade e ineditismo. Seus clientes eram os proprietários de cinemas localizados no centro do Rio de Janeiro, sobretudo nas cercanias da avenida Central e praça Tiradentes, que buscavam atrair espectadores ao estrear “novidades” pelo menos duas vezes por semana, naqueles que colonistas sociais batizaram de “dias da moda”. Esses cinemas tentavam cultivar a frequência regular de um público de classe média urbano, atraindo-o através da renovação constante dos programas, principalmente de filmes inéditos, oferecendo um divertimento sempre moderno e atual – *up to date* ou “bem d’agora”, na tradução do escritor João do Rio¹³³ – assim como familiar, cômodo e a ingressos mais baratos que o teatro.

depois. Na ocasião, 1.000 metros era o máximo que possuíam disponível, não tendo conseguido obter mais nem sequer apelando para Antonio Leal, Paschoal Segreto ou a Casa Bastos Dias, outro comerciante de filmes e equipamentos fotográficos do Rio de Janeiro. Isso talvez seja um indício da grande procura por negativo virgem naquele momento e da importância da MF&F nesse mercado (Carta de Marc Ferrez & Filhos a José Tous Roca, 23 jun. 1909, FF:FMF 2.0.1.14.16, AN.). Importante destacar que Arana, explorador da borracha na região amazônica, era um dos maiores acionistas da Peruvian Amazon Company e foi provavelmente nesse ano que contratou Silvino Santos para realizar um filme para defender-se da acusação de escravizar e assassinar indígenas. Isso significou o início da carreira como cineasta desse fotógrafo português radicado no Norte do Brasil. Afinal, foi também em 1909 que as acusações contra Arana ganharam mais publicidade ao serem publicadas em uma revista inglesa, ameaçando a relação do empresário com os acionistas estrangeiros e incentivando a abertura de processo contra ele. Ver Manuel Martín Brañas, “Silvino Santos: arte y propaganda em la época del caucho”, em Alberto Chirif e outros (orgs.), *Álbum de fotografías: viaje de la comisión consular al río Putumayo y afluentes – agosto a octubre de 1912*, Lima: Programa de Cooperación Hispano Peruano e Centro Amazónico de Antropología y Aplicación Práctica, 2013, pp. 15-16. [133] João do Rio, “Introdução”, em *Cinematógrafo: crônicas cariocas*, Rio de Janeiro: ABL, 2009, p. 4.

Ao fechar contratos para a estreia simultânea das novidades Pathé em diferentes cinematógrafos cariocas, a MF&F pôde ampliar o número de cópias importadas de cada título, chamadas de “coleções”. Após a estreia no Rio de Janeiro, essas coleções podiam ser vendidas para exibidores em outros estados que iriam, em seguida à capital federal, estreiar esses filmes em suas respectivas regiões. Ou então, como veremos no caso da ação da MF&F no Nordeste, os exibidores podiam até mesmo comprar coleções novas para estrearem os filmes em seus estados simultaneamente aos cinemas cariocas. Tanto no Rio de Janeiro quanto em outras regiões, os clientes almejados eram os proprietários de cinemas que ambicionavam ser os melhores de cada localidade por exibirem as “mais recentes” fitas produzidas na Europa, sobretudo “as últimas criações da Casa Pathé Frères”, como diziam os anúncios, atraindo assim o público pretendido. Era esse entendimento que a MF&F tentava demonstrar a José Tous Roca na correspondência entre eles. Em resposta à provável queixa sobre dificuldades no mercado cinematográfico em Salvador, no final de 1908, os Ferrez defendiam seu modelo de negócio frente à continuidade da prática de exibidores se fiarem em pequenos estoques próprios:

Sabemos perfeitamente o que tem acontecido com os cinemas. Tem todos pequeno repertório e tratão [sic] de esfolar e enganar o público. Por isso temos confiança n'uma casa de sessões em que havia de variar os programas e nunca repetir, como fazemos aqui na Avenida [Central]. O público se habitua e existe sempre uma freguesia constante. De mais, o Amigo melhor do que nós conhece isso. O mais importante n'este assunto são as fitas.¹³⁴

Essa citação evidencia o estímulo dado pela MF&F a um novo formato de exibição, colocado em prática no cinematógrafo Pathé e distinto da prática dos ambulantes: um modelo baseado em sala fixa, com sessões regulares de filmes quase sempre inéditos e trocados regularmente. Um formato que dependia, fundamentalmente, do serviço prestado pela MF&F e que era facilitado pela prática do aluguel de cópias no lugar da compra. Portanto, ao destacar que o elemento “mais importante” para a conquista do público pelos cinemas eram “as fitas”, os Ferrez defendiam a centralidade de seu trabalho com distribuição

[134] Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 12 dez. 1908, FF:FMF 2.0.1.14-5, AN.

de filmes para uma nova estruturação do comércio cinematográfico no Brasil, que tornava imprescindível sua atuação como intermediários privilegiados entre os fabricantes estrangeiros e os empresários brasileiros. José Inácio de Melo Souza já havia apontado o “nó” que a MF&F viria desatar em artigo sobre o lento desenvolvimento da exibição cinematográfica em São Paulo antes do advento das salas fixas: “O capital acumulado para investimento podia limitar o negócio, mas a renovação do estoque de filmes era problemática. Em outras palavras, o nó estava na distribuição da mercadoria”.¹³⁵

Se a locação para primeira exibição era uma das novidades implantadas pela MF&F, após sua estreia nos cinematógrafos do centro do Rio de Janeiro, as cópias não vendidas eram adicionadas ao estoque da MF&F, sendo então continuamente alugadas para os proprietários de cinemas nos bairros ou em cidades próximas, o que os Ferrez chamavam de “pequenas locações”. Surgia uma grande clientela formada pelos donos de numerosos cinemas que continuavam sendo abertos por todos os bairros da capital federal – e também em cidades vizinhas como Niterói, Petrópolis ou Juiz de Fora – e que exibiam cópias já estreadas nas melhores salas do Rio de Janeiro.¹³⁶

Dado o alto valor cobrado dos cinemas lançadores cariocas pelo primeiro aluguel das novidades Pathé, as pequenas locações ou a venda das cópias usadas, mesmo a preços mais baixos, representavam lucro praticamente líquido para a MF&F. Era criada, portanto, a exibição em circuito, que diferenciava as salas lançadoras onde os filmes estreavam daquelas que exibiam esses mesmos filmes nos dias, semanas ou meses seguintes.

Agentes da MF&F nos estados, como Francisco Serrador, faziam o mesmo em suas regiões, transformando-se em distribuidores locais, alugando ou vendendo cópias já exibidas nos melhores cinemas das respectivas capitais. Era

[135] J. I. M. Souza, “Francisco Serrador e a primeira década do cinema em São Paulo”, *Mnemocine*, 2001. Disponível em <www.mnemocine.com.br/index.php/documentos-paradownload/doc_download/33-francisco-serrador-e-a-primeira-decada-do-cinema-emsao-paulo>. Acesso em 26 set. 2021.

[136] O contrato com Rodolpho Stiebler, exibidor de Juiz de Fora, em 1909, estabelecia o pagamento mensal de 1:200\$000 réis pelo aluguel das coleções Pathé – certamente após sua estreia no Rio de Janeiro –, o que representava um valor aproximado de 250 réis por metro de filme, um quarto do valor cobrado na “primeira locação”. Caso ele desejasse comprar as cópias usadas, o valor era de 700 réis o metro. Ver Marc Ferrez & Filhos, “Carta-contrato para o fornecimento de filmes”, Juiz de Fora, 3 jun. 1909. FF:FMF 2.0.5.2.6, AN.

isso também que Julio Ferrez descrevia à Roca diante da expectativa de abertura de mais um cinema fixo no Nordeste: “Esperamos que a nova casa se abra para podermos remeter [os filmes] semanalmente e termos assim estabelecido um vai vem constante de relações [...] tenho plena certeza que o sucesso da casa fixa dará exemplo aos que desanimarão [*sic*] e no interior de todos os estados hão de se criar casas de menor importância que alugarão às sucursais estabelecidas em cada capital”.¹³⁷ Portanto, os Ferrez planejavam uma rede nacional de distribuição de filmes, que partia da matriz no Rio de Janeiro para agentes regionais, e deles para o interior dos estados.

Obviamente, a MF&F sofria a concorrência de exibidores que permaneceram comprando cópias novas no exterior, inclusive como forma de diferenciação de suas salas de exibição e alternativa às novidades Pathé. Isso explicaria a recorrência da frase “alugam-se e vendem-se fitas” nos anúncios de diversos cinematógrafos, por exemplo, no Rio de Janeiro, ao longo dos primeiros anos após o surgimento das salas fixas. Essa prática nos leva a designar empresários como Segreto, Serrador ou Staffa – que se mantiveram importando, exibindo e comercializando filmes – por exibidores-distribuidores.

Nesse sentido, o Brasil se diferenciava de países como os Estados Unidos, onde já na passagem do século surgiram os *exchanges*, firmas especialmente dedicadas a viabilizar o intercâmbio (daí seu nome) entre cópias dos estoques de diferentes exibidores e que deram origem às empresas distribuidoras.¹³⁸ No Rio de Janeiro, por sua vez, o comércio de cópias usadas permaneceu como um negócio intrinsecamente associado à exibição e aos exibidores, até pelo menos o início da década de 1910, quando começaram a surgir empresas distribuidoras como a Jatahy-Cinema, que não possuía salas de exibição, sendo “estabelecida exclusivamente para comprar, vender e alugar fitas cinematográficas”.¹³⁹

Como o mais experiente empresário cinematográfico da cidade, provavelmente do país, Paschoal Segreto foi um dos exibidores que desde o início do *boom* de salas fixas buscou alternativas para obter fornecimento regular de filmes novos. Já em janeiro de 1908, os jornais cariocas anunciaram que Segreto havia fechado contrato com Alfredo Moretti, diretor da fábrica italiana Cines,

[137] Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 3 fev. 1909, FF:FMF 2.0.1.14.11, AN.

[138] Max Alvarez, “The Origins of the Film Exchange”, *Film History*, v. 17, n. 4, 2005, pp. 431-465.

[139] V. P. Araújo, *A bela época do cinema brasileiro*, São Paulo: Perspectiva, 1976, p. 396.

para representação da marca em toda a América do Sul e Central.¹⁴⁰ Segreto teria sido escolhido por ser “dono do maior número de casas de diversões no Brasil. Só no Rio, quatro espaços onde se exibem filmes: Pavilhão Internacional, Moulin Rouge, S. José, e Parque Novidades”. O acordo previa, inclusive, o apoio à produção de filmes, com a instalação do “primeiro atelier de cinematografia”, moldada pela sede da Cines, em Roma, iniciativa que não foi adiante. Era informado, ainda, que a sucursal de Segreto já havia recebido 40 mil metros de filmes da Cines e “receberá todas as semanas novas remessas”.¹⁴¹

Naquele mesmo mês, o cinematógrafo Rio Branco, de Auler, também anunciou com alarde um acordo que lhe garantiria futuros lançamentos:

A empresa participa ao público que firmou contrato com a importante casa A. Vila, de Barcelona, ficando de hoje em diante como seus agentes no Rio de Janeiro e que acabam de receber as últimas novidades das fábricas Urban, Cines, Hepworth, Pathé (Frères), Pathé (Theophile), Gaumont, Lubin, Warwick, Lumière, Rossi, Mutoscope, Méliès, Edison, Vitagraph e outras, que exhibirá de hoje em diante, diariamente, em seu cinematógrafo, ficando assim habilitada a afirmar que ninguém lhe poderá oferecer competência neste gênero de diversões.¹⁴²

Entretanto, os mesmos Segreto e Auler foram os primeiros exibidores cariocas a fecharem contrato com a MF&F, três meses depois desses anúncios, para receberem semanalmente as novidades Pathé Frères. A substituição da compra de filmes no exterior (geralmente antigos ou em cópias usadas) pelo

[140] Não encontramos referências ao nome de Alberto Moretti em outros estudos, embora ele provavelmente tivesse parentesco com Carlo Moretti, diretor técnico das fábricas da Cines, em Roma. Ver Kimberly Tomadjoglou e Jennifer Ormson, “Rome’s Premiere Film Studio: Società Italiana Cines”, *Film History*, v. 12, n. 3, 2000, p. 267.

[141] “A grande fábrica Cines: representação na América”. *Jornal do Brasil*, 12 jan. 1908, p. 4; *A Imprensa*, 19 de janeiro 1908, p. 2; “A fábrica Cines”, *Correio da Manhã*, 19 jan. 1908, p. 6. No dia 19 de janeiro, quando foram publicadas essas notícias, o Pavilhão Internacional exibia, por exemplo, *O Pierrot Amoroso* (*Pierrot innamorato*, Cines, 1906). Talvez Segreto ainda tentasse tirar do papel os planos anunciados (mas não realizados) quase dez anos antes de exhibir regularmente “vistas novas tiradas na Europa e mandadas a esta casa, em troca de outras, que o proprietário do Salão Paris no Rio faz tirar aqui, e depois da exibição no seu animatógrafo, manda para os principais centros da Europa” (Salão Pariz no Rio, s.d. [c.ago.1899], ARC. 16.I.18(2), Fundação Biblioteca Nacional).

[142] *Correio da Manhã*, 31 jan. 1908, p. 8.

aluguel de filmes novos e inéditos em sua própria cidade era aparentemente irresistível para esses empresários.¹⁴³

Falando do contexto europeu, mas que também se aplica ao Brasil, Ivo Blom escreveu:

A Pathé padronizou o mercado no sentido de que ela fornecia, de forma regular e confiável, um conjunto de filmes novos de todos os gêneros disponíveis, suficiente para preencher programas completos, com o apelo adicional de colorização por estêncil, equipamentos de última geração e abundantes materiais publicitários, como pôsteres coloridos. [...] O mais importante foram os baixos custos de produção da Pathé e, portanto, preços de compra aceitáveis, que por vários anos desencorajaram a concorrência.¹⁴⁴

No Brasil, o preço dos filmes distribuídos pela MF&F também desencorajava os concorrentes. Na Europa, o preço padrão do metro de filme impresso, preto e branco, vendido pela Pathé Frères era 1,25 francos, cerca de 800 réis.¹⁴⁵ Não existem no fundo Família Ferrez documentos que nos informem qual era exatamente o preço praticado pela fábrica francesa para os agentes brasileiros nos seus primeiros anos, mas há indícios de que, em 1910, eles compravam as novidades Pathé Frères por 1,10 francos (cerca de 700 réis), com algum tipo de desconto baseado no volume anual importado.¹⁴⁶ Pelo já mencionado “caso

[143] Além de Segreto e Auler, podemos mencionar que, em agosto de 1908, enquanto passava por obras, o cinematógrafo Brasil, sala de J. Cruz Júnior localizada na praça Tiradentes, anunciou o futuro recebimento de filmes da fábrica francesa Eclipse pelo seu agente em Paris (*Correio da Manhã*, 20 ago. 1908, p. 10).

[144] Ivo Blom, “Distribution: Europe”, em Richard Abel (org.), *Encyclopedia of Early Cinema*, Londres e Nova York: Routledge, 2005, p. 270. Tradução do inglês. Ver também: Ivo Blom, *Jean Desmet and the Early Dutch Film Trade*, Amsterdam: Amsterdam University Press, 2003.

[145] Em carta a Roca, de 17 de maio de 1909, Julio Ferrez informa ser esse o valor no caso de compra diretamente da fábrica da Pathé Frères, na França. Esse mesmo preço é indicado como padrão por Ivo Blom (2003, pp. 134 e 145). Depoimento de Carlos Fiengo, projecionista de Staffa, também confirma esse preço (A. Gonzaga, *Palácios e poeiras: 100 anos de cinema no Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: Record, 1996, p. 105).

[146] Uma carta de Charles Pathé para Marc Ferrez, de 13 de maio de 1911, propunha novas condições para o contrato segundo as quais o metro de filme passava de 1,10 francos para 1,00 franco, dando a entender ser esse o preço anterior. A carta informava que, com esse novo preço, não seria possível continuar concedendo descontos suplementares para um volume que,

Staffa”, em 1908, a MF&F era fiscalizada pela fábrica francesa para não praticar um preço superior a 1,55 francos (aproximadamente 1\$000 réis) para a locação dos filmes.¹⁴⁷ Computando os gastos de transporte e impostos, a margem de lucro da MF&F no primeiro aluguel das cópias novas não era tão alta – a não ser com o aumento significativo no número de cópias importadas, o que a MF&F buscava incessantemente –, mas tornava muito difícil a concorrência. Como já ressaltamos, o lucro líquido viria principalmente com os segundos aluguéis ou com a venda das cópias após sua estreia.¹⁴⁸

Por outro lado, do ponto de vista dos exibidores clientes dos Ferrez, receber as novidades Pathé Frères diretamente no Rio de Janeiro pela MF&F os isentava do tempo, trabalho e despesa para seleção e compra do produto no exterior (fosse a viagem do empresário brasileiro ou a contratação de um agente estrangeiro), e ainda com a tradução de sinopses e cartelas, transporte dos rolos e impostos alfandegários. Em carta ao seu agente no Norte do país, Julio Ferrez discorria sobre as vantagens para os exibidores fecharem contrato com eles: “Mandando vir [os filmes da Europa], eles não poderão obter esses [nossos] preços pagando direitos de alfândega”.¹⁴⁹ É difícil encontrar evidências concretas disso, mas é provável que muitos exibidores-distribuidores, como Auler e Staffa, comprassem cópias usadas na Europa como forma de baratear suas importações.

Nesse modelo de negócios implantado a partir de 1908, a MF&F buscava oferecer um serviço que pudesse dispensar o exibidor de também atuar como importador de cópias do exterior, o que exigia um maior capital e implicava a posterior administração de um estoque de cópias usadas. Portanto, a atuação

aparentemente, eles não iriam mesmo conseguir alcançar dado o aumento da concorrência alegado pelos Ferrez (Carta de Charles Pathé a Marc Ferrez, Paris, 13 maio 1911, FF:FMF 2.0.1.12, NA).

[147] No Rio de Janeiro, onde grassava a concorrência (e vigilância) feroz de exibidores como Staffa, a MF&F não podia cobrar preços mais altos que o exigido pela Pathé, mas nos negócios feitos em outros estados do Brasil a empresa carioca praticava valores acima do permitido pela fábrica francesa.

[148] O imposto de importação para filmes cinematográficos impressos, em 1909, era de 6\$300 por quilo, o que equivaleria a uma despesa de aproximadamente 50 réis por metro de filme. Um documento sem data, mas provavelmente de 1915, escrito em francês (talvez por Luciano Ferrez) estima o custo médio de transporte da Europa para o Brasil em 60 réis por metro de filme (FF:FMF 2.2.2.5.1.103, AN). Portanto, as despesas de transporte e importação ampliavam em pouco mais de 100 réis o custo do metro de filme comprado da Pathé Frères.

[149] Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 2 maio 1909, FF:FMF 2.0.1.14.11, AN.

dos Ferrez marcou o início do longo, lento e gradual processo de diferenciação dos ramos da distribuição e da exibição no Brasil, permitindo que os proprietários de cinemas se restringissem ao ofício de exibidor.

Encerrando uma carta a Roca datada de 14 de dezembro de 1908, Julio Ferrez resumia sua situação no Rio de Janeiro: “Aqui continuamos com sucesso e as fitas nacionais sempre fazem efeito”.¹⁵⁰ Ao longo daquele ano, os negócios da MF&F haviam prosperado na capital federal, com a assinatura de contratos de fornecimento de filmes, aumento na venda de projetores, e a grande afluência do público à sala de Arnaldo & Cia. Além disso, Julio Ferrez vinha realizando filmes para exibição no cinematógrafo Pathé cujas cópias podiam ser alugadas juntamente das novidades francesas. Vendendo ainda filme virgem e equipamentos para filmagem e revelação, a MF&F também lucrava com a produção cinematográfica local, tanto no Rio de Janeiro quanto em outros estados.¹⁵¹

Com ramificações na produção e exibição, mas tendo a distribuição como eixo principal de seus negócios, a MF&F trilhava o caminho da integração vertical, tendo como modelo a maior empresa cinematográfica do mundo à época.

[150] Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 12 dez. 1908, FF:FMF 2.0.1.14, AN.

[151] Em 1909, por exemplo, a MF&F vendeu uma copiadora Pathé (aparelho para tirar cópias positivas de negativos revelados) para o exibidor Honorato José de Souza, de Salvador (Ver Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 12 maio 1908, FF:FMF 2.0.1.14, AN).

Capítulo 2

O acirramento da concorrência: 1909–1911

A concorrência de outras marcas e o trunfo da MF&F com o *film d'art*

Em 1909, o recurso quase inevitável aos filmes distribuídos pela MF&F por parte dos principais exibidores cariocas levou, como forma de diferenciação, tanto à continuidade da produção de “fitas nacionais” pelos próprios proprietários dos cinemas (da qual falaremos adiante) quanto à incessante busca pelos produtos de variados fabricantes estrangeiros, de modo a oferecer ao público algo diferente dos concorrentes. Nesse contexto, uma das principais alternativas à Pathé Frères pelos exibidores cariocas também veio da França, mas de seu principal concorrente: a Gaumont.¹

Embora o Cinema-Palace, de Labanca & Leal, alardeasse, em abril de 1908, ser o único cinema carioca a exhibir fitas falantes (*phonoscènes*) pelo *phonograph* Gaumont,² maior destaque ocorreu, em novembro daquele ano, quando

[1] Criada por León Gaumont como L. Gaumont et Compagnie, a empresa foi reestruturada em 1906 como Société Etablissements Gaumont. Acompanhando de perto o desenvolvimento da Pathé Frères, tornou-se a segunda maior companhia cinematográfica da França.

[2] *O Paiz*, 18 abr. 1908, p. 2. Souza informou que, durante o ano de 1908, o Cinema-Palace exibiu treze filmes falantes inéditos no Brasil (J. I. M. Souza, *Imagens do passado: São Paulo e Rio de Janeiro nos primórdios do cinema*, São Paulo: Senac, 2004, p. 260). Inicialmente limitada por problemas técnicos, a produção de *phonoscènes* pela Gaumont se ampliou em 1906, graças a um novo tipo de gramofone e à construção de um estúdio especial onde a cineasta Alice Guy Blaché dirigiu vários filmes falantes (Laurent Mannoni, “Photoscènes”, em Richard Abel (org.), *Encyclopedia of Early Cinema*, Londres e Nova York: Routledge, 2005, p. 747).

o cinematógrafo Colosso, instalado no Teatro São José, da Empresa Paschoal Segreto, anunciou não apenas a estreia do cinematógrafo falante Gaumont naquela sala, como destacou seu “repertório de mais de 150 fitas falantes, mandado vir diretamente da Europa”.³ As fitas falantes Gaumont, sincronizadas a potentes gramofones, foram continuamente exibidas (e reprisadas) em diferentes cinemas nos meses seguintes, não apenas os de Segreto, como também no Rio Branco de Auler, possivelmente alugadas do primeiro. No ano seguinte, porém, a principal concorrente da Pathé Frères na França já tinha seu agente geral para o Brasil. Em 4 de abril de 1909, a empresa F. Lebre foi anunciada como único representante da Société des Etablissement Gaumont no país, comercializando “cinematógrafos, chronophones Gaumont, aparelhos falantes, fitas de todos os gêneros”.⁴

Contemporâneo de Marc Ferrez, o imigrante francês Joseph Florentin Lèbre (1855-1927) – ou José Florentino Lebre – chegou ao Brasil aos 19 anos de idade, começando a trabalhar nas oficinas Hallier & Lemgruber, posteriormente se tornando proprietário de uma fundição de ferro e bronze na rua do Hospício, n. 148, inicialmente em sociedade com sua cunhada e seu sobrinho, Paulo Florentino Lebre (Adrien, o pai de Paulo e irmão de Joseph, havia falecido alguns anos antes). Um jornal carioca descreveu, em 1905, o prédio onde ficavam suas oficinas, dotadas de três grandes fornos: “Tudo quanto diz respeito à construção de máquinas e fundição pode nele ser feito e o é com perfeição e grande relevo artístico”.⁵ Lebre era também representante brasileiro dos hidrômetros franceses Frager e Étoile, de medidores de gás e óleos minerais para máquinas, além de motores e dínamos de fabricantes franceses, trabalhando, em geral, com instalações elétricas e construções mecânicas, incluindo montagem e instalação de máquinas tipográficas. Sua família morava em um vasto palacete na Tijuca.

[3] *A Imprensa*, 3 nov. 1908, p. 4. Nesse mesmo mês, o Pavilhão Internacional foi convertido em café-concerto (sendo renomeado como Concerto Avenida), com o teatro São José assumindo, portanto, o posto de principal espaço de exibição cinematográfica de Segreto.

[4] *Jornal do Commercio*, 4 abr. 1909, p. 23.

[5] Biografia de José Florentino Lebre extraída do jornal *Rua do Ouvidor*, v. 9, n. 397, 9 dez. 1905, datilografada em documento da empresa Emilio Eugenio Lebre, Rio de Janeiro, 11 jun. 1962. Esse e outros documentos e informações foram cedidos por Juliana Schuery, autora de detalhada pesquisa genealógica sobre a família Lebre, a quem agradeço a preciosa colaboração.

No início de 1908, Lebre inaugurou o cinematógrafo Maracanã, não muito distante da residência da família.⁶ Ainda em junho daquele ano, seu filho era anunciado como um dos projetoristas do Cinema-Palace, onde certamente tomou contato com os aparelhos e fitas Gaumont.⁷ O negócio com exibição parece não ter durado mais de um ano,⁸ com Lebre passando a trabalhar como importador cinematográfico ao se tornar representante exclusivo da Gaumont, ramo em que permaneceu mais tempo.

No final de 1909, surgiu mais um pioneiro agente de uma fábrica cinematográfica estrangeira: o italiano Alberto Sestini, que já atuava como representante de casas comerciais de seu país natal. O pesquisador Máximo Barro o descreveu como “pessoa fidalga, de fino trato, elegante, era casado com Anne Garouste, modista de alto nível da rua do Ouvidor”.⁹ Em 21 de dezembro de 1909, uma nota na imprensa o descreveu pela primeira vez como agente geral no Brasil da fábrica italiana Cines.¹⁰ Os anúncios que informavam Segreto como representante dessa mesma marca em toda a América do Sul e América Central haviam deixado de circular ainda em 1908. Em setembro de 1909, surgiu a notícia de que a firma Ballerini, Paci & C., localizada na rua São José, 74, tinha sido nomeada, por contrato, como “únicos representantes e importadores

[6] Araújo (1976, pp. 233-234) e Gonzaga (1996, p. 279) informaram que a abertura do cinema ocorreu no dia 5 de janeiro de 1908.

[7] *Gazeta de Notícias*, 22 jun. 1908, p. 6. Florentin Lebre tinha dois filhos de nomes semelhantes, Eugenio Adriano Lebre (1885-1948) e Emilio Eugenio Lebre (1892-1974). A imprensa informou apenas o nome “Eugenio Lebre”, podendo ser qualquer um dos dois. Aparentemente, devia se tratar de Emílio, então com apenas 16 anos. Afinal, segundo relatos orais de suas netas, Emilio teria chegado a trabalhar na Gaumont, em Paris, antes da guerra. Além disso, ao contrário do irmão, Emilio seguiu a área de atuação do pai, através da loja Emilio Eugenio Lebre, especializada em “água, gás e eletricidade”, e ainda como funcionário público da Superintendência de Urbanização e Saneamento da cidade do Rio de Janeiro.

[8] A. Gonzaga, *Palácios e poeiras: 100 anos de cinema no Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: Record, 1996, p. 279.

[9] Máximo Barro, *Participação italiana no cinema brasileiro*, São Paulo: SESI, 2017, p. 184. Embora sua data de nascimento seja desconhecida, Máximo Barro e Jurandyr Noronha escreveram que Sestini morreu num asilo italiano, em Lucca, na década de 1950, com mais de 90 anos de idade. Portanto, já seria um homem de meia idade em 1909. Jurandyr Noronha, *Dicionário Jurandyr Noronha de cinema brasileiro: os que vieram de outras terras*, Rio de Janeiro: EMC edições, 2015, p. 322.

[10] *A Imprensa*, 21 dez. 1909, p. 2.

no Brasil” das fitas cinematográficas da Societé Italiana Cines de Roma.¹¹ Mas a empresa manteve essa condição por menos de três meses, com Sestini assumindo a representação da Cines antes do final daquele ano.

Entretanto, a atuação de Lebre e Sestini em 1909 como representantes da Gaumont e Cines, respectivamente, ainda enfrentava o cenário da persistência e relevância de exibidores-distribuidores. O cinema Ouvidor, de Stamile & Irmão, por exemplo, vinha exibindo, desde a sua inauguração no início de 1908, filmes de diferentes fábricas americanas.¹² Em 1909, a empresa dos irmãos Angelino e Gennarino Stamile, italianos e alfaiates de profissão, era representante da Biograph no Brasil.¹³ Já o pioneiro Jácomo Rosário Staffa, proprietário do cinematógrafo Parisiense, continuou exibindo fitas das mais diferentes nacionalidades, mas assumiu, também em 1909, a representação exclusiva no Brasil da fábrica Itala Film, de Turim. A empresa Pinto, Pereira & Cia (sociedade entre Manoel Pinto e Joaquim Pedro do Couto Pereira), proprietária do cinematógrafo Paris, na praça Tiradentes, tornou-se, também em 1909, representante em todo o Brasil da fábrica italiana Luca Comerio.¹⁴ Como último exemplo da busca dos exibidores-importadores por filmes de fábricas das mais diversas nacionalidades, podemos mencionar o exemplo do Kinema Kosmos, sala da empresa Rutowitsch, Ribeiro & Cia, localizada na avenida Central, que em fins de 1910 se anunciava como representante geral da francesa Eclipse, da alemã Bioscop, da americana Essany e da brasileira Musso.¹⁵

[11] *Jornal do Brasil*, 29 set. 1909, p. 6.

[12] Em 1907, funcionava o cinematógrafo Ouvidor, da empresa Féder & Cia, que durou poucos meses e era localizado no número 97 da rua do Ouvidor. Como o cinema de Stamile & Irmão ficava no número 127, autores como Alice Gonzaga, por exemplo, consideraram terem sido salas homônimas que funcionaram em endereços diferentes. Mas um anúncio da sala dos irmãos Stamile informou seu endereço como “Rua do Ouvidor, 127, antigo 97” (*Jornal do Brasil*, 4 nov. 1908, p. 16), explicitando se tratar do mesmo local onde havia funcionado o primeiro cinema Ouvidor. A confusão foi decorrente da mudança na numeração daquela rua. Enquanto o cinema Ouvidor ficava próximo da avenida Central, o Cinema-Palace, também na rua do Ouvidor, era localizado nas proximidades do largo de São Francisco, também tendo mudado do número 149-B para 185.

[13] Como é informado, por exemplo, em anúncio publicado em *O Paiz*, 3 set. 1909, p. 16. Angelino seguiu sozinho nos negócios após a morte de Gennarino, em outubro de 1910.

[14] *Correio da Manhã*, 20 ago. 1909, p. 8.

[15] *Jornal do Commercio*, 19 nov. 1910, p. 16. O nome “Musso” refere-se ao fotógrafo Alfredo Musso, que iniciou seu trabalho com cinema naquele ano. Podemos mencionar ainda que o

Antes do aumento das opções, a liderança no mercado brasileiro da MF&F, através dos filmes Pathé Frères, tinha se consolidado com o sucesso dos “filmes de arte”, lançados no país a partir de janeiro de 1909. Conforme Jean-Pierre Sioris-Trahan, *film d'art* se refere a um certo tipo de filme ficcional cujo objetivo era enobrecer o cinema através da associação com a literatura e o teatro, geralmente por meio de adaptações de dramas históricos.¹⁶ Embora haja outros predecessores, o gênero ganhou proeminência através da companhia francesa Film d'Art que, em novembro de 1908, lançou os filmes *L'assassinat du Duc de Guise* (dir. André Calmettes e Charles Le Bargy, 1908) e *L'empreinte* (dir. Paul-Henry Burguet, 1908), interpretados por atores da Comédie Française. Tanto a Film d'Art quanto a igualmente célebre Société Cinématographique des Auteurs et Gens de Lettres (SCAGL), que havia estreado, ainda em outubro, o filme *L'Arlesienne* (dir. Albert Capellani, 1908), eram empresas afiliadas à Pathé Frères, distribuídas por ela e, portanto, importadas com exclusividade para o Brasil pela MF&F.

Para lançar esses aguardados e comentados filmes, a MF&F promoveu a união de dois de seus principais clientes, Arnaldo & Cia e William & Cia, que se aliaram para a estreia dos primeiros títulos numa temporada conjunta no Teatro Lírico, mais amplo e renomado que o cinematógrafo Pathé ou o Rio Branco, sendo capaz de abrigar maior número de espectadores na plateia e de músicos no palco (25 “professores”). O ingresso mais barato desses espetáculos, 1\$000 réis, era o valor mais caro cobrado nos cinemas.¹⁷ Como Adolfo Moraes de Los Rios descreveu em sua história do Rio de Janeiro, o Teatro Lírico “era, até a inauguração do Teatro Municipal [que só ocorreria dali a cinco meses], o Teatro da Ópera”.¹⁸

Kinema Kosmos exibiu, inclusive, fitas falantes alemãs, como um *Rigoletto* da Bioscop (*O Paiz*, 10 nov. 1910, p. 12).

[16] Jean-Pierre Sioris-Trahan, “Film d'art”, em Richard Abel, *Encyclopedia of Early Cinema*, Londres e Nova York: Routledge, 2005, p. 337.

[17] *Correio da Manhã*, 4 jan. 1909, p. 6. Tratava-se do verão – antes do início da temporada teatral, no inverno, quando chegavam ao Brasil as turnês das companhias estrangeiras –, época em que os teatros cariocas ficavam mais facilmente disponíveis para aluguel. Sobre a estreia dos filmes de arte no Rio de Janeiro, ver também: J. I. M. Souza, *Imagens do passado: São Paulo e Rio de Janeiro nos primórdios do cinema*, São Paulo: Senac, 2004, pp. 157-159; Danielle Crepaldi Carvalho, *Luz e sombra no écran: realidade, cinema e rua nas crônicas cariocas de 1894 a 1922* (tese), Unicamp, 2014, pp. 97-104.

[18] Por outro lado, Luiz Edmundo descreveu o Teatro Lírico, no início do século 20, como “um casarão de precária grandeza” (L. Edmundo, *O Rio de Janeiro do meu tempo*, Brasília: Senado

As apresentações no Teatro Lírico começaram em 9 de janeiro, sábado, em apenas dois horários diários, com um programa que incluía três relativamente longos filmes de arte – *L'Arlesienne*, *L'assassinat du Duque de Guise* e *L'empreinte*, anunciados com seus títulos originais em francês –, completado por fitas curtas Pathé Frères de diferentes gêneros (“uma ou duas fitas já conhecidas”, ressaltou um jornalista¹⁹) e ainda dois filmes cantantes nacionais, também já exibidos antes, como óbvia contribuição de Auler. O sucesso de público e crítica motivou uma segunda temporada no Teatro Lírico, iniciada em 20 de janeiro, com novos filmes de arte.²⁰ No final do mês, esses mesmos filmes passaram a ser exibidos nos cinemas Pathé e Rio Branco, atingindo um público mais amplo e consagrando definitivamente o novo gênero.

O sucesso, em particular, do filme *A Tosca* (*La Tosca*, dir. Charles Le Bargy, 1909) mereceu comentário de Julio Ferrez em carta de 30 de abril de 1909 a seu representante no Norte do país: “A Tosca (Film de Arte) tem sido um sucesso. Aqui no [cinematógrafo] Pathé durou no cartaz, sempre com enchentes. 15 dias para o Rio é espantoso. Verdade é que foi levada com a música da ópera [de Giacomo Puccini] e que é desempenhada divinamente. Tem também 380 metros a 2\$100 e tem 30 mil réis de [colorização por] viragem”.²¹

A Tosca estreou simultaneamente nos cinemas Pathé e Rio Branco no dia 20 de

Federal, 2003, p. 266). Adolfo Morales de los Rios Filho, “O Rio de Janeiro da Primeira República (1889–1930)”, *Revista do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro*, v. 272, out.–dez. 1966, p. 81.

[19] *O Paiz*, 9 jan. 1909, p. 3.

[20] Críticas positivas foram publicadas, por exemplo, no *Correio da Manhã* (10 jan. 1909, p. 4) e *Jornal do Brasil* (10 jan. 1909, p. 15). Uma interessante exceção foi a crítica publicada em *O Paiz* (10 jan. 1909, p. 3), que chamou o espetáculo de um “tiro”, isto é, uma enganação usada somente para atrair o público. Assinada por Oscar Guanabara, a crítica comparou o desempenho dos famosos atores franceses com o que se poderia ver “em qualquer circo de cavalinhos, em que se representem pantomimas”, reclamou da “orquestra incompleta do professor Costa Júnior” e se indignou com uma parte do público que tentou interromper a conferência sobre o cinematógrafo de um ilustre colega. O crítico se referia à “ilustração oral” sobre “a marcha do cinematógrafo para o teatro” encomendada ao jornalista e teatrólogo Rafael Pinheiro, penúltimo ato da terceira parte do espetáculo. Portanto, é evidente ter sido algo como as corriqueiras conferências literárias da época, intercalada às projeções, e não uma narração oral dos filmes no estilo de um *benshi*, *barker* ou *bonimenteur*, como sugeriu Souza (2004, p. 158). Ver também: D. C. Carvalho, *Luz e sombra no écran: realidade, cinema e rua nas crônicas caricas de 1894 a 1922* (tese), Unicamp, 2014, pp. 100-101.

[21] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 30 abr. 1909, FF:FMF 2.0.1.14, AN.

abril, terça-feira.²² No dia 23, sexta-feira, o Pathé trocou sua programação “apesar do monumental sucesso” do filme, obedecendo à “praxe de sempre apresentar novidades”, mas prevendo reprise na segunda-feira.²³ Mas *A Tosca* seguiu em cartaz no Rio Branco durante o fim de semana. Na segunda-feira, dia 26, o filme estava novamente em cartaz no Pathé e Rio Branco. Na terça, apesar de ser o dia de mudança de programação, o Pathé manteve *A Tosca* em cartaz, mesmo “não querendo repetir fitas”. Devido “à insistência do público”, o filme permaneceu no programa até a quinta-feira, dia 29 de abril, ultrapassando uma semana de exibição.²⁴

Enquanto as novidades Pathé Frères geralmente ficavam em cartaz somente três dias, o sucesso de *A Tosca* o manteve mais tempo em cartaz.²⁵ Mas se o filme era o mesmo, cabia ao exibidor criar maneiras de diferenciar seu modo de apresentação daquele dos concorrentes. Enquanto no cinematógrafo Pathé *A Tosca* foi exibido com “acréscimo de orquestra”, ou seja, com um acompanhamento musical especial, o Rio Branco o exibiu, nos primeiros dias, como um cantante, isto é, com uma ária da ópera de Puccini interpretada ao vivo na sala de exibição pelo barítono Antonio Cataldi.²⁶

O sucesso dos filmes de arte e de alguns títulos em particular, como *A Tosca*, criou uma hierarquia na própria produção da Pathé Frères e modificou a prática de tratamento da MF&F de todos os filmes novos como produtos praticamente indiferenciados. Na renovação do contrato entre a MF&F e Arnaldo & Cia para fornecimento de filmes para o cinematógrafo Pathé, válido a partir de 1º de maio de 1909, enquanto as novidades da Pathé Frères mantinham o preço de 1\$000 o metro (com acréscimo de 400 réis se colorido ou virado), os *films d'art* eram “cotados ora a 1\$000, ora a 2\$100 o metro (sempre viragens ou coloridos a mais) conforme determinado for pela fábrica”.²⁷

[22] *A Tosca* foi exibido no cinema Pathé, em sessão para convidados, no dia 19, e a coluna “Binóculo” o considerou “assombroso de perfeição”, qualificando-o, junto de *A Mancha*, como “os melhores films d'art de Pathé Frères” (*Gazeta de Notícias*, 20 abr. 1909, p. 3).

[23] *Jornal do Brasil*, 23 abr. 1909, p. 16

[24] *Jornal do Brasil*, 27 abr. 1909, p. 16. *A Tosca* foi exibido no Moulin Rouge, de Segredo, mas voltou ao cartaz do Rio Branco em 10 de maio, ficando em cartaz até dia 13. Identificamos exibições ainda no cinema Velo (15 de maio) e no cinema Rio, em Niterói (25 de maio).

[25] De terça a quinta-feira e de sexta a domingo. Segunda-feira costumava ser o dia das reprises.

[26] Sobre isso, ver subcapítulo “Os filmes cantantes como modo de apresentação” (*infra*).

[27] Marc Ferrez & Filhos, Contrato para fornecimento de fitas Pathé Frères a Arnaldo & C., 10 abr. 1909, FF:FMF 2.0.1.1.1, AN.

Esse preço elevado, duas vezes maior que a produção comum, era descrito ainda em carta dos Ferrez, de 17 de maio, a José Tous Roca. Na correspondência, o agente era estimulado a tentar convencer o exibidor itinerante Édouard Hervet a contratar a compra das coleções semanais da Pathé por 1\$000 réis, ou pelos menos os *films d'art*, mais caros (2\$100), mas com um fornecimento de “poucas fitas por semana e sempre notáveis”, representando assim um compromisso regular menos oneroso. Os Ferrez ressaltavam, porém, que por enquanto eles não alugavam nenhum filme de arte. Provavelmente com todas as cópias ocupadas com locações e reprises no Rio, a única alternativa para exibí-los no Norte do país era importar cópias novas da Europa.²⁸

Portanto, os filmes de arte inauguravam também um tratamento individualizado a esse conjunto de títulos, apartados dos programas completos de novidades formados por diferentes filmes, geralmente mais curtos, com os quais a MF&F vinha trabalhando até então.²⁹

Entretanto, o preço dos filmes de arte foi diminuindo ao longo de 1909. Em carta a Roca de 29 de junho, os Ferrez informavam a redução do preço do metro do *film d'art*, de 1\$800 para 1\$200, valor que foi efetivamente negociado com Oliveira & Cia, do cinema Carioca, em junho, e com Zambelli & Cia, do cinema Odeon, em agosto.³⁰

Certamente, a queda do preço em meados de 1909 era decorrente da crescente concorrência, uma vez que o sucesso dos *films d'art* franceses estimulou a produção de filmes igualmente mais ambiciosos pelos concorrentes, tanto na França quanto na Itália e nos Estados Unidos, assim como o uso generalizado desse atributo para designar novas produções lançadas no Brasil. Em janeiro de 1909, ainda durante a temporada inicial no Teatro Lírico, Staffa também

[28] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 17 maio 1909, FF:FMF 2.0.1.14, AN. Importante ressaltar que o preço mais alto era apenas para os “filmes de arte” produzidos pela Film d'Art e não para os da SCAGL, comercializados como “filmes artísticos”, em geral, pelo mesmo preço das demais novidades da Pathé Frères.

[29] Segundo Ivo Blom, na Alemanha e na Holanda os *films d'art* também passaram a ser alugados individualmente e não mais como parte de um programa completo, pelo fato de seus custos serem mais elevados do que o dos demais filmes (I. Blom, *Jean Desmet and the Early Dutch Film Trade*, Amsterdã: Amsterdam University Press, 2003, p. 86).

[30] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 29 jun. 1909, FF:FMF 2.0.1.14, AN; Contrato entre Marc Ferrez & Filhos e Oliveira & C., 29 jun. 1909, FF:FMF 2.0.1.11, AN. Contrato entre Marc Ferrez & Filhos e Zambelli & C., 11 ago. 1909, FF:FMF 2.0.5.2, AN.

já passava a descrever, em anúncios do cinema Parisiense, suas novas produções como “films de arte”. A tendência se ampliou e, em abril, um anúncio do cinematógrafo Pathé trazia uma advertência, definindo os *films d'art* exibidos no cinema como “peças cinematográficas escritas e interpretadas pelos mais afamados vultos da literatura e do palco francês [que] não *devem ser confundidas* com as pequenas composições de outras fábricas cuja interpretação deficiente por artistas pouco conhecidos nas grandes plateias nem de longe podem lhe ser comparadas” (grifo no original).³¹

Além da programação e da forma de exibição, a localização e conforto das salas de exibição permaneciam como elementos fundamentais de atração e distinção. As primeiras salas de exibição abertas na avenida Central, como o Parisiense e Pathé, começaram a passar por frequentes renovações e reformas, inclusive para a ampliação de sua lotação, de forma a atender a um público maior e com mais conforto. Como o recurso ao Teatro Lírico por Arnaldo e Auler revelava, as primeiras salas começavam a ficar pequenas para o sucesso do cinema. Os *cinematógrafos* de 100 ou 200 lugares, inaugurados nos dois anos anteriores, começavam a dar lugar a novos *cinemas* com 300 a 400 assentos, num processo em que a primeira designação era gradativamente substituída pela segunda. O maior conforto das salas era ainda uma necessidade decorrente de programas que ficavam mais longos. Enquanto entre 1907 e 1908 o mais frequente eram sessões exclusivamente de filmes curtos, com duração de até 40 minutos, nos anos seguintes, com filmes mais longos e maior quantidade de títulos, não era incomum os programas passarem a se estender por até 70 minutos.

Em agosto de 1909, um novo patamar foi estabelecido pela inauguração do luxuoso cinema Odeon, na avenida Central, 137.³² O cinema foi instalado no

[31] *Correio da Manhã*, 21 abr. 1909, p. 8.

[32] Alice Gonzaga anacronicamente considerou o cinema Odeon como de “menor categoria” por ser localizado do lado do sol da tarde (numeração ímpar) da avenida Central, embora os principais cinemas no lado da sombra (numeração par), como o Kosmos e o segundo Pathé, só tenham sido inaugurados depois de 1909. Além disso, o Odeon ficava no trecho mais valorizado da Avenida quando foi aberto. Essa diferenciação entre os cinemas do lado par e ímpar da Avenida provavelmente foi citada por Gonzaga do artigo de Gilberto Ferrez, publicado em 1986. Um livro anterior já indicava essa diferença, descrevendo que a calçada do lado par da Avenida era aquela frequentada pela “gente elegante”, enquanto o lado ímpar ficava “às moscas e só era transitada por gente modesta ou suburbana”. Mas o autor fazia uma importante ressalva: “E não é que no lado ímpar não houvesse casas *chics*, de bom tom: a *Perfumaria*

prédio de quatro andares na esquina com a rua Sete de Setembro, conhecido como Palacete Guinle, que ainda se mantinha desocupado por conta do alto preço de seu aluguel: 16 contos de réis por mês. Mas a empresa Lima, Zambelli & Cia arrendou todo o prédio e, no andar térreo, inaugurou duas salas de projeções, totalizando 782 lugares.³³ O cinema era dotado de vasta sala de espera, com luxo comparável ao saguão dos melhores hotéis. Nele, os frequentadores encontravam porteiros luxuosamente uniformizados e um lago artificial com uma fonte que mudava de cor de acordo com a iluminação. O músico Ernesto Nazareth, contratado como pianista do conjunto que tocava na sala de espera, dedicou à proprietária do cinema, a “distinta empresa Zambelli & Cia”, o tango *Odeon*, como forma de propaganda da nova sala.³⁴ Editada em partitura naquele mesmo ano, a música se tornaria uma das mais famosas composições de Nazareth. Considerando o *Odeon* melhor do que os cinemas da Europa, o escritor João do Rio o batizou de “Municipal dos cinematógrafos”, em referência ao luxuoso teatro inaugurado poucas semanas antes.³⁵

Antes mesmo da inauguração do *Odeon*, o exibidor Zambelli fechou contrato de fornecimento das novidades Pathé Frères com a MF&F, pelo preço padrão de 1\$000 réis o metro do filme preto e branco. Como os Ferrez tinham sido impedidos de oferecer exclusividade aos seus clientes desde o ano anterior, após o “incidente Staffa”, novos expedientes passaram a ser usados para atender a salas de exibição vizinhas e concorrentes que se serviam dos mesmos lançamentos da distribuidora. Nesse sentido, comparando a programação publicada

*Bazin, o Cinema Odeon e a célebre Casa das Fazendas Pretas [...]. Apenas quem queria ir a tais estabelecimentos atravessava a rua às pressas, à altura necessária, entrando neles diretamente e, uma vez satisfeito o seu desiderato, fazia o percurso inverso, da mesma maneira, para voltar a transitar pela calçada do lado par” (A. Gonzaga, *Palácios e poeiras: 100 anos de cinema no Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: Record, 1996, p. 86; G. Ferrez, “Pathé: 80 anos na vida do Rio”, em *Filme Cultura*, n. 47, ago. 1986, p. 37; Onestaldo de Pennafort, *Um rei da valsa*, Rio de Janeiro: Livraria São José, 1958, pp. 57-58).*

[33] Gonzaga indicou capacidade de 700 lugares, mas estatísticas de 1912, republicadas décadas mais tarde, indicam a lotação superior, resultante de 566 lugares de primeira classe e 216 de segunda (A. Gonzaga, *Palácios e poeiras: 100 anos de cinema no Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: Record, 1996, p. 281; *Correio da Manhã*, 25 nov. 1962, p. 6).

[34] “Naquele tempo, não era raro que, a troco de pagamento, ‘dedicassem’ os compositores as suas músicas a casas comerciais elegantes ou de artigos de luxo [...]. Era uma forma disfarçada de publicidade” (O. Pennafort, *Um rei da valsa*, Rio de Janeiro: Livraria São José, 1958, pp. 65-66).

[35] João do Rio, “A catedral do cinematógrafo”, *A Notícia*, 28 ago. 1909, p. 3.

pela imprensa dos cinemas Pathé e Odeon – ambos clientes da MF&F e localizados na mesma avenida Central –, percebemos que os filmes inéditos passaram a ser divididos entre os exibidores. No dia 22 de agosto de 1909, domingo, quando se encerrava o programa estreado na sexta-feira, as duas salas exibiam um filme em comum (mas com títulos diferentes: *Boneco de neve* e *Boneco de gelo*³⁶), enquanto o Pathé tinha outros três títulos idênticos, por exemplo, ao cinema Paris, mas que não foram exibidos no Odeon (*Lutas aéreas*, *Pesca a dinamite [nas ilhas Salomão]* e *Os pequenos irão ao banho*³⁷). O programa dos cinemas mudou no dia 24 de agosto, terça-feira. A partir desse dia, o Odeon reprisou os três filmes lançados pelo Pathé, enquanto essa sala, assim como o Rio Branco, exibiu *Cultura do mel*, *A lenda de Orfeu* e *A greve dos policiais* que o Odeon já havia estreado.³⁸ Por outro lado, o Pathé e o Odeon estrearam juntos o filme de arte *A vítima* e a comédia *Amado pela criada* ou *Querido pela criada*.³⁹ Assim, a cada troca de programação, às terças e sextas, uma sala estreava com exclusividade na sua vizinhança alguns filmes, lançava conjuntamente outros (com títulos diferentes) e reprisava mais alguns já estreados dias antes pelo concorrente.

O que esse arranjo de “divisão de ineditismo” revela, no entanto, é que a demanda por uma variedade maior de filmes novos pelos principais cinematógrafos continuava superior à oferta. Isso estimulava não apenas o surgimento de novos agentes, a exemplo de Lebre e Sestini, como também a continuidade da importação própria de filmes pelos maiores exibidores.

O caráter de variedade dos programas dos cinemas

Até 1909, os programas dos cinemas cariocas permaneceram sendo compostos quase exclusivamente por filmes de curta duração, com no máximo um rolo de

[36] O drama *Le bonhomme de neige*. Esse e os demais filmes citados foram todos lançados pela Pathé Frères no mês de agosto de 1909. Ver “Filmographie Pathé, Fondation Jérôme Seydoux”. Disponível em <<http://filmographie.fondation-jeromeseydoux-pathe.com>>. Acesso em 4 dez. 2020.

[37] O documentário *Les Biséras: Luttés aériennes*, o filme instrutivo *Pêche à la dynamite dans les Îles Salomon* e a comédia *Les petits iront à la mer*.

[38] O filme industrial *Le miel*, a fantasia *La légende d’Orphée* e a comédia *Les sergents de ville sont en grève*.

[39] O drama *La victime*, de Charles Decroix, e a comédia *Aimé par sa bonne*.

extensão (300 metros), mas em geral metade disso. Sua característica principal era a diversidade. Tratava-se da lógica do formato de “programa de variedades”, tal como nos cafés-concertos, teatros de variedades ou circos de cavalinhos, e também dominante, por exemplo, nas salas de cinema dos Estados Unidos e do Canadá nesse mesmo período. Conforme Richard Abel, os *nickelodeons* possuíam uma programação relativamente padronizada que oferecia ao espectador que entrasse, a qualquer hora, apresentações contínuas de atos curtos e autônomos, combinando a projeção de filmes com canções ilustradas por placas de lanternas mágicas e, menos frequentemente, apresentações “baratas” no palco.⁴⁰ Mas no Rio de Janeiro, e na maior parte das cidades brasileiras, os cinemas fixos abertos a partir de 1907 apresentavam, em geral, somente filmes, embora variados entre si, em sessões com horários fixos.

Uma excelente descrição do apelo do formato do programa de variedades, em espetáculos exclusivamente de projeções cinematográficas nas salas de exibição cariocas, foi dada pelo escritor João do Rio, em 1909:

Uma fita, outra fita, mais outra... Não nos agrada a primeira? Passemos à segunda. Não nos serve a segunda? Para adiante, então. Há fitas cômicas, há fitas sérias, há melancólicas, picarescas, fúnebres, alegres – algumas preparadas por atores notáveis para dar a reprodução idealizada de qualquer fato, outras tomadas nervosamente pelo operador, à passagem do fato. Umas curtas, outras longas. Pode deixar em meio uma delas sem receio e procurar diversão mais além.⁴¹

A obra de João do Rio, e esse trecho em particular de seu livro de crônicas *Cinematógrafo*, é recorrentemente citada como exemplo da sedução de alguns escritores pelos novos meios técnicos na passagem para o século 20 e sua incorporação pela literatura brasileira.⁴² Nesse caso, o objetivo ao repetir essa

[40] R. Abel, “Early Film Programs: An Overture, Five Acts, and an Interlude”, em André Gaudreault e outros (orgs.), *A Companion to Early Cinema*, Malden: Wiley-Blackwell, 2012, p. 345.

[41] Esse trecho fez parte da introdução da coletânea de crônicas de João do Rio, *Cinematógrafo*, publicado em 1909, mas também está incluído na crônica “A catedral do cinematógrafo”, publicado a pretexto da inauguração do cinema Odeon, no jornal *A notícia*, em 28 de agosto de 1909.

[42] Flora Süssekind, *Cinematógrafo de letras: literatura, técnica e modernização*, São Paulo: Companhia das Letras, 1987. Para uma crítica à análise de Süssekind sobre João do Rio, ver Adalberto Müller, “João do Rio e O cinematographo: primeira modernidade literária e primeiro cinema”, *Araraquara*, n. 36, jan.-jun., 2013, pp. 187-197.

conhecida citação é mais modesto e ao mesmo tempo mais preciso, considerando-a especialmente perspicaz como uma mirada sensível sobre as características (e encantos) do programa cinematográfico das salas de cinema do Rio de Janeiro em 1909. Como João do Rio habilmente descreveu, esses programas cinematográficos eram marcados pela diversidade de estilo, gênero e duração, variando das mais ambiciosas fitas de arte (“preparadas por atores notáveis”) às atualidades que flagravam os mais recentes acontecimentos (“tomadas nervosamente pelo operador, à passagem do fato”). Se não há uma equivalência, é evidente, pelo menos, uma significativa relação entre os aspectos econômico-institucionais e os aspectos estéticos, ao percebermos como, para João do Rio, a atração dos recentes cinematógrafos era ser um “cinema de (variadas) atrações”, aproveitando-nos do conceito de Tom Gunning.⁴³

Na visão positiva do escritor, além da variedade dos programas, a sessão de cinema também era marcada pela ligeireza, despreensão e fugacidade, traços de uma modernidade da qual o cinema seria símbolo e produto. Não apenas uma descrição, João do Rio fazia uma exaltação aos cinematógrafos, novidade que não exigia compromisso, dedicação ou seriedade. Pelo contrário, com sessões relativamente curtas, mas que ainda assim permitiam a entrada ou saída do espectador a qualquer momento, era o espaço por excelência para o *flâneur*.

Como João do Rio, outro aguçado cronista da modernidade carioca foi o desenhista J. Carlos, que publicou, em 1910, mais uma extraordinária ilustração

[43] O termo “cinema de atrações” foi cunhado por Tom Gunning e Andre Gaudreault para definir, no contexto da América do Norte e Europa, as características estéticas do chamado “primeiro cinema” (*early cinema*), anterior ao “cinema de integração narrativa” e durante a preponderância da exibição de filmes de curta duração em teatros de variedades e feiras. Embora o período intermediário entre o primeiro cinema e o chamado “cinema clássico”, com a emergência dos *nickelodeons* e de filmes narrativos ainda predominantemente em formato curto, tenha sido definido posteriormente como “era de transição” (*transitional era*), elementos estéticos e econômicos desse primeiro período coexistiram com os seguintes, particularmente na América Latina. Por isso, nossa apropriação provocativa do termo “cinema de atrações”, desenvolvido a partir da análise fílmica de produções realizadas entre aproximadamente 1896 e 1906 para designar o tipo de apelo da sessão cinematográfica, em 1909, para um espectador contemporâneo como João do Rio, mesmo que nesse período muitos filmes já se afastassem das características descritas por Gunning e Gaudreault. Sobre o primeiro cinema, ver artigos reunidos em: Thomas Elsaesser (org.), *Early Cinema: Space, Frame, Narrative*, Londres: BFI, 1990. Para uma excelente síntese em português: Flávia Cesarino Costa, “Primeiro Cinema”, em Fernando Mascarello (org.), *História do cinema mundial*, São Paulo: Papyrus, 2006.

do que seria um típico programa cinematográfico da época. O título da charge, “Cinema Pathéta”, era um jogo de palavras que remetia tanto à supremacia da Pathé Frères (e quiçá do cinematógrafo Pathé) no circuito exibidor carioca quanto à visão depreciativa que J. Carlos, diferentemente de João do Rio, tinha daquela diversão cada vez mais presente na vida dos cariocas (figura 8). Em sua charge, os filmes eram tratados como uma mera atração (ou distração), distante do paladar mais “apurado” da elite intelectual brasileira. Desse modo, “Cinema Pathéta” talvez representasse, mesmo com humor, a visão daqueles que João do Rio chamava de “estetas de atrasada percepção” em *Cinematógrafo*.⁴⁴

A charge de J. Carlos é dividida em nove quadros, cada um representando uma “fita”, retratando sequencialmente um programa cinematográfico marcado pela variedade de estilo e nacionalidade dos filmes. Nota-se o predomínio da ficção, com legendas que, em complemento à expressividade dos desenhos, descrevem objetivamente alguns dos gêneros mais comuns da época (“drama”, “filme histórico”, “*film d’art*”, “mágica”), enquanto dois deles atestam o pioneiro estrelismo das comédias francesas, com referências explícitas a Did (André Deed) e a Max Linder, ambos astros consagrados nos filmes da Pathé Frères.

O modo de apresentação dos filmes também é um elemento fundamental na ilustração de J. Carlos, particularmente o acompanhamento sonoro, então sob a responsabilidade do exibidor. Enquanto o filme que remete às mágicas (*féeries*) de um Méliès, Chomón ou Zecca é “acompanhado por bombo e caixa” (para estrondos que certamente combinavam com os truques de súbita desaparecimento e aparição), a “comédia desastrada” também teria música e sonoplastia adequadas ao humor físico do tipo pastelão, sendo acompanhada “por um *cake-walk* e pelo ruído de louça quando caem cadeiras e vice-versa”.⁴⁵

Na visão debochada de J. Carlos, o cinema seria caracterizado pelo excesso, como no melodrama intitulado “Coração de criança”, ilustrado pelo desenho de

[44] A visão depreciativa de J. Carlos pode ser vista em outra charge, publicada seis meses antes e intitulada “O reclame de um film d’arte”. Nela, um moço elegante recomendava um filme a uma família: “Pois devem assistir... É uma fita excelente... O príncipe se apaixona pela camponesa... Enfim é um drama ao alcance da inteligência mais medíocre”. Para o ilustrador, o cinema era uma diversão assumidamente medíocre para uma sociedade que, cada vez mais interessada em modismos, superficialidades e aparências, era igualmente medíocre. Ver *Carta*, v. 2, n. 80, 11 dez. 1909, p. 7.

[45] *Cake-walk* é uma dança criada por escravos negros nos Estados Unidos, no século 19, e que evoluiu para um gênero musical predecessor do *ragtime*.

uma mãe e crianças na miséria, pedindo esmolas, e descrito através de superlativo como um “drama compungentíssimo e narcotizador”.

Além da crítica ao que ele julgava ser a redundância e obviedade dos filmes (e de sua contrapartida sonora), a ironia de J. Carlos também se direcionava a uma suposta precariedade técnica, inclusive em fitas com pretensões educativas. Ao reproduzir uma cena marítima com a câmera torta, provavelmente em decorrência do balançar do navio onde estaria posicionado o operador, a charge descrevia um filme de viagem (*travelogue*) como “film instrutivo com o horizonte fora do lugar”.

Por último, é muito significativo da popularidade das filmagens locais a presença, no programa imaginado por J. Carlos, de uma “fita nacional” de atualidade, gênero dominante na produção brasileira da época. O título “Inauguração de um bueiro no morro do Pinto” debocha tanto da insignificância do suposto acontecimento a merecer o registro do operador (uma obra pública de mínimo porte destinada à população mais pobre) quanto de seu caráter publicitário e submisso aos donos do poder econômico e político, num registro aguçado da prática da “cavação”, estruturante no cinema brasileiro silencioso.

Nota-se ainda na ilustração da “fita nacional” a desordem da *mise-en-scène*. Nas imagens que representam as demais fitas, todas estrangeiras, podemos perceber composições visualmente equilibradas e atraentes, particularmente pelo uso da técnica de perspectiva para garantir a impressão da profundidade da cena, característica importante do cinema europeu da época. No “*film d’art*”, por exemplo, a contraposição entre os personagens em primeiro plano (o casal) e aquele em segundo plano (a criança) exprime visualmente o conflito em cena (a traição à esposa/mãe). Além disso, os personagens surgem em posições expressivas e com gestuais eloquentes, numa evidente troca com a interpretação supostamente empostada e artificial dos atores cinematográficos e da obviedade excessiva dos filmes. Mesmo no filme “documentário” estrangeiro (a fita de expedição “A ascensão do Himalaia”), o ponto de interesse – o escalador e o cume da montanha – está perfeitamente enquadrado e centralizado.

Diferentemente das fitas estrangeiras, na “fita nacional” impera a confusão visual. Os personagens se comprimem, se amontoam e impedem até mesmo a visão do suposto tema do filme: o tal “bueiro do morro do Pinto” que seria inaugurado. Fundamental notar ainda a presença, como que invadindo o quadro, por baixo e por trás, de dois homens negros, os únicos de toda a charge, como se eles aproveitassem a falta de controle da encenação para se infiltrar inadvertidamente

na imagem que o cinema construía do país. Podemos identificar já nessa ilustração de 1910 – cuja análise busca compensar a quase total ausência de filmes brasileiros preservados até essa data –, um julgamento de valor elitista, eugênista e francamente racista, recorrente em todo o período silencioso, que veria no suposto descuido ou incompetência dos cinegrafistas locais, particularmente os “cavadores”, o risco de se “visualizar o indesejável” a respeito do próprio país.⁴⁶

Mas variedade, característica da programação das salas de cinema desse período, como retratada por João do Rio e J. Carlos, não se referia apenas a filmes de gêneros, estilos ou nacionalidades diversas, mas também à combinação entre filmes inéditos e outros já exibidos anteriormente. Dito de outro modo, esse período foi marcado pela coexistência frequente nos programas, mesmo dos cinemas lançadores, de cópias novas e cópias usadas.

Desde que se tornou representante da Pathé Frères, a MF&F importava semanalmente programas (ou coleções) de filmes novos da fábrica francesa de no máximo 1.500 metros, quantidade que só foi aumentada para 2.000 metros em 1911 e para 2.500 metros em 1912.⁴⁷ Entretanto, a MF&F argumentava que seus clientes não alugariam programas muito mais extensos do que esses.⁴⁸

[46] Eduardo Victorio Morettin, “Dimensões históricas do documentário brasileiro do período silencioso”, em Marcos Napolitano e outros (orgs.), *História e documentário*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005, p. 133. Esse “desajuste entre o trazido pela imagem e o desejado pela crítica”, nas palavras de Morettin, motivaria, inclusive, uma campanha empreendida nos anos 1920, nas páginas da revista *Cinearte*, em defesa do filme posado em detrimento do filme natural. Essa preferência se justificaria pelo primeiro ser mais adequado a representar a realidade do país tal como desejada por esses críticos cariocas das classes média e alta (um Brasil branco, urbano, civilizado e moderno), diferentemente da realidade concreta eventualmente capturada pelos filmes naturais. Ver Paulo Emílio Sales Gomes, *Humberto Mauro, Cataquases, Cinearte*, São Paulo: Perspectiva, 1974, pp. 303-315. Para um estudo mais recente que também aborda o racismo no meio cinematográfico brasileiro dos anos 1920, ver Carlos Roberto de Souza, “Um episódio na vida de Italia Almirante Manzini ou O filme brasileiro da diva italiana”, *Vivomatografia*, n. 6, dez. 2020, pp. 238-270.

[47] O contrato para fornecimento das novidades Pathé para o cinema Avenida, em 1911, já previa o fornecimento semanal de 2.000 metros (Marc Ferrez & Filhos, Contrato para fornecimento de fitas Pathé Frères a Castro Guidão & C., 15 abr. 1911, FF:FMF 2.0.5.2, AN). No início de 1912, um anúncio da MF&F também informava o recebimento semanal de 2.000 metros de novidades da Pathé Frères (*Jornal do Commercio*, 30 jan. 1912, p. 16). Por fim, um contrato de aluguel de filmes em maio de 1912 já se refere a 2.500 metros semanais (Contrato entre Marc Ferrez & Filhos e Teixeira, Martins & C., 18 maio 1912, FF:FMF 2.0.5.2.21, AN).

[48] Durante as negociações para renovação do contrato de representação, em agosto de 1911,

Ainda assim, as cópias dos lançamentos da fábrica francesa, atração principal dos cinemas de seus clientes, eram geralmente combinadas pelos exibidores com filmes nacionais ou com cópias novas ou usadas de outros filmes estrangeiros para diferenciá-los dos concorrentes. Já em agosto de 1908, um anúncio da programação do cinematógrafo Rio Branco revelava o expediente mais comum colocado em uso pelos donos das salas de exibição: “além das novidades de Pathé, duas ou três fitas mais do seu *stock*, que tenham obtido real sucesso”.⁴⁹ Ou seja, era indispensável que os proprietários dos principais cinemas se mantivessem comprando fitas, mesmo enquanto clientes da MF&F, dada a importância de exibirem diferentes filmes novos, mas também para manter um estoque para complementação da programação, por exemplo, às segundas-feiras, dia em que os cinematógrafos cariocas eram menos frequentados e geralmente dedicados a reprises. Entretanto, esse processo levava à situação de haver um número cada vez maior de cópias usadas disponíveis no mercado brasileiro. A própria MF&F alugaria regularmente seus filmes de estoque para pequenos exibidores, assim como também faziam quase todos os principais exibidores-distribuidores cariocas (Staffa, Stamile, Segreto, Auler etc.).

A combinação entre filmes inéditos e antigos, entre cópias novas e usadas, era também o que o empresário Francisco Serrador vinha fazendo desde 1908, exibindo nos cinemas de São Paulo tanto o amplo estoque da MF&F quanto o seu próprio, como complemento aos lançamentos regulares da Pathé, que ele recebia como agente regional dos Ferrez. Podemos citar ainda o contrato assinado entre a MF&F e a Arnaldo & Cia, em 1909, relativo ao fornecimento de filmes para o cinematógrafo Pathé, cuja cláusula 6 determinava: “No caso da Empresa Arnaldo & Cia desejar organizar programas suplementares para as

a Pathé Frères propôs que a MF&F passasse a importar oito cópias de um programa semanal mais extenso (3 mil metros), mas os Ferrez argumentaram à fábrica francesa que “toda coleção superior a 2.500 metros não encontra locatário para este excedente, ou seja, os exibidores não podem exibir mais de 2.500 metros no máximo por semana” (Propositions, s.d. [c. 1911], FF:FMF 2.0.1.12. Tradução do francês). Como os programas semanais eram divididos em dois no Rio de Janeiro – para exibição de terça a quinta e de sexta a domingo – isso pode indicar que os exibidores cariocas não queriam sessões de filmes totalizando muito mais de 1.000 metros, tanto pela duração mais longa (cerca de 50 minutos) quanto pelo preço mais elevado para o aluguel de uma metragem superior. É importante lembrar que quanto mais longos os programas, menos sessões podiam ser oferecidas por dia, impactando a bilheteria dos cinemas.

[49] *Gazeta de Notícias*, 25 ago. 1908, p. 3.

segundas-feiras ou outros dias com fitas antigas poderão adquiri-las no nosso estoque aos preços de venda habitual ou alugá-las sendo este último de \$100 (cem réis) por metro e por dia”.⁵⁰

A valorização do ineditismo das cópias novas, por um lado, e o número crescente de cópias usadas de filmes já exibidos em circulação, por outro, fez com que o preço do aluguel ou da venda de “fitas antigas” (termo usado no contrato da MF&F) caísse vertiginosamente.⁵¹ O mesmo não ocorreu com o preço para locação de filmes inéditos da Pathé Frères, que se manteve estável até 1909. Afinal, os ainda frequentes anúncios de “alugam-se e vendem-se fitas” atestavam como os empresários seguiam negociando as cópias que importavam do exterior (ou compravam de outros exibidores) após as exibirem em suas salas.

No caso do mercado de cópias usadas, a oferta cresceu constantemente enquanto o interesse dos principais exibidores diminuiu gradativamente, levando a um grande rebaixamento dos preços. Em 1911, por exemplo, o preço das cópias usadas de títulos antigos já era tão baixo que, no acerto da MF&F com a Castro Guidão & Cia para fornecimento de novidades Pathé para o cinema Avenida, os filmes do estoque dos Ferrez nem eram mais cobrados para o proprietário de uma sala lançadora. Como informava o contrato de 15 de abril daquele ano, a MF&F se comprometia “a fornecer gratuitamente [...] as fitas que forem necessárias aos programas extraordinários das segundas-feiras, que existirem em seu stock, assim como qualquer fita já exibida reclamada para complemento de qualquer programa”.⁵²

A maior disponibilidade de cópias usadas de filmes antigos, por preços cada vez menores, certamente favoreceu a expansão dos cinematógrafos até os

[50] Marc Ferrez & Filhos, Contrato para fornecimento de fitas Pathé Frères a Arnaldo & C., 10 abr. 1909, FF:FMF 2.0.1.1.1, AN.

[51] José Inácio de Melo Souza escreveu a esse respeito: “se em 1907 revendiam-se filmes a mil-réis ou 1,70 mil réis por metro (60 a 300 mil-réis por filme, sendo os coloridos mais caros), por volta de 1910, a queda tinha sido vertiginosa, chegando ao patamar de 5 a 20 réis por metro (de 1,5 mil-réis a 6 mil-réis por fita de 300 metros)”. A comparação de Souza é equivocada, pois coteja o preço de cópias novas em 1907 com o de cópias usadas em 1910, o que explica a excessiva disparidade de seus números. Entretanto, ela é pertinente para demonstrar quão baixo chegou o preço das cópias usadas (J. I. M. Souza, *Imagens do passado: São Paulo e Rio de Janeiro nos primórdios do cinema*, São Paulo: Senac, 2004, p. 218).

[52] Marc Ferrez & Filhos, Contrato para fornecimento de fitas Pathé Frères a Castro Guidão & C., 15 abr. 1911, FF:FMF 2.0.5.2, AN.

rincões do país, atingindo um público mais amplo para além dos espectadores dos melhores cinemas das capitais. Em 1910, um anúncio de uma empresa distribuidora de fitas de estoque deixava claro o tipo de exibidor que era seu público-alvo, bem diferente dos cinemas da avenida Central, que gastavam mais de 1 conto de réis (1.000\$000), por semana, com o aluguel de novidades:

Especialidade em aluguel para cidades do interior dos Estados, a 30\$000, 40\$000 e 50\$000 por semana [...]. O anunciante tem conhecimento do quanto são mal servidos, com fitas velhíssimas e estragadas, os cinemas das cidades do interior dos Estados, pagando, mesmo assim preços fabulosos, que os obrigam a fechar as portas: por isso convida-os especialmente para que aluguem por experiência – um só programa, um só! – para os seus modestos espetáculos de sábado e domingo, por 30\$000 (trinta mil réis) e tem certeza de que ficarão fanatizados pelas nossas fitas, como tem acontecido com mais de 20 assinantes que pretendem passar todo o nosso “*stock*”.⁵³

Por outro lado, o barateamento das fitas usadas também implicava uma diferenciação crescente, mesmo nas grandes cidades, entre as salas de exibição com uma programação majoritariamente de filmes inéditos em cópias novas e outras que abusavam das cópias de estoques. Em carta de 2 de maio de 1909 a Roca, o concorrente Staffa era criticado nesse sentido: “A casa d’ele aqui dá uns programas detestáveis e o resultado está se vendo diariamente com uma frequência digna de cinema da roça. [...] Irão fazer sucesso se tomarem fitas Pathé, de outra forma podem fechar a porta”.

A visão transmitida pelos Ferrez era de que um cinema localizado na avenida Central só atrairia o público de elite que poderia sustentá-lo se oferecesse uma boa programação não apenas de cópias novas de filmes inéditos, mas também de qualidade – e isso só seria possível então através da MF&F. Qualquer outra possibilidade faria o exibidor ter um “cinema da roça”, tal qual os “cinemas das cidades do interior” mencionados no anúncio anterior.⁵⁴

[53] *Jornal do Brasil*, 28 out. 1910, p. 14. Trata-se de um anúncio da empresa Jatahy-Cinema, embora seu nome só fosse divulgado nas publicidades publicadas no ano seguinte.

[54] Por exemplo, em 17 de outubro de 1910, o Parisiense anunciava um suntuoso programa “composto de fitas do nosso antigo e opulento stock, escolhidas com cuidado entre as mais recomendáveis pelo enredo e beleza panorâmica”. Entre outros, o programa incluía o já exibido,

Mas Staffa não era exceção. A crescente oferta de fitas antigas por preços cada vez mais baixos arriscava nivelar por baixo o negócio. A exibição das mais recentes novidades da Pathé Frères, exclusividade dos clientes da MF&F, concorria com reprises de fitas antigas da mesma companhia francesa, possivelmente confundindo os espectadores, tal como definitivamente confundiram os historiadores décadas mais tarde.

Em novembro de 1909, ao relatar a seu agente no Norte do Brasil a situação do mercado cinematográfico no Rio de Janeiro, os Ferrez não mostravam mais a mesma animação com os bons negócios que tinham expressado um ano antes: “Aqui no Sul os negócios pioraram em menos de dois meses de modo extraordinário, muito embora a afluência do público não tenha baixado, porém os empresários começam a querer ‘trepar’ uns em cima dos outros por meios lícitos e ilícitos”.⁵⁵ Em dezembro, os Ferrez voltaram a criticar as práticas do mercado: “Continua a grande guerra para colocação de fitas de qualquer modo e processo e em contínuas intrigas para alugar ou revender uns aos outros, sendo este negócio explorado e revirado de todas as formas”.⁵⁶ Ao falar de um aparente vale tudo, além de destacar o acirrado intercâmbio de cópias usadas, os Ferrez, provavelmente, se referiam a práticas como: a alteração dos títulos pelos exibidores concorrentes, que exibiam um filme igual para apresentá-los como filmes distintos; a exibição de fitas antigas com títulos semelhantes aos títulos de lançamentos para aproveitar a divulgação e confundir o público; a apropriação de marcas dos filmes de um empresário pelos seus concorrentes; a inserção dos créditos de um filme na cópia de outro filme para falsear seu fabricante; até mesmo a divulgação de metragem falsa para alguns filmes parecerem mais longos do que eram na verdade. Todas essas práticas são marcas de um período de transição que não se restringia ao mercado brasileiro.

Em seu livro sobre os cinemas de Paris, Jean-Jacques Meusy apontou como os pequenos locadores de filmes, cujos negócios eram baseados em estoques de cópias mais ou menos antigas, passaram a fazer cada vez menos negócios

mas recente filme de arte *Águia e águia nova* (*L'aigle et l'aiglon*, Pathé, 1910) e a muito mais antiga fantasia *Galinha dos ovos de ouro* (*La poule aux oeufs d'or*, Pathé, 1905). *Correio da Manhã*, 17 out. 1910, p. 8.

[55] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 20 nov. 1909, FF:FMF 2.0.1.14, AN.

[56] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 24 dez. 1909, FF:FMF 2.0.1.14, AN.

na passagem para a década de 1910 com a preferência dos exibidores por alugar novidades, fosse numa primeira, segunda ou terceira semana de exibição: “Não havia dúvida que os filmes tendiam a se tornar um produto consumido num tempo cada vez menor e cujo valor de mercado decrescia muito rapidamente”.⁵⁷

Nesse contexto, muitos exibidores usavam de todos os “meios lícitos e ilícitos” para tentar valorizar cópias de fitas antigas frente a lançamentos de maior sucesso. Dessa maneira, no início de 1910 – em pleno verão que afugentava o público –, os Ferrez criticavam as salas fixas que, nas capitais do Norte e Nordeste do país, ainda tentariam se sustentar com “estoque próprio”, isto é, cópias usadas de filmes já exibidos, prevendo que elas “hão de fechar as portas se não derem boas fitas”.⁵⁸ Essa constatação já tinha sido feita na carta anterior ao seu agente no Norte do Brasil, quando afirmaram que essa prática vinha revelando suas consequências na capital federal: “No Rio, as casas se abrem, fecham e passam de proprietários como nunca se viu”. Os Ferrez davam alguns exemplos concretos da crise que afetava o mercado carioca após o seu crescimento vertiginoso:

O cinema Carioca do Largo do Machado fechou e vende tudo. O Ideal na rua da Carioca já passou em três mãos, o Paraizo do Rio está sendo sustentado como filhote do Odeon. Este último segundo corre boato só tem vida por mais três meses em vista do muito [alto preço do] aluguel [do imóvel] e falta de gerência. O Parisiense tem decaído com as vistas de Biograph e, sobretudo isto, um calor ultimamente como poucas vezes se tem visto.⁵⁹

Em seu estudo sobre as salas de cinema do Rio de Janeiro, Alice Gonzaga confirmou a constatação de Ferrez ao também destacar que em 1910 ocorreu o fechamento de muitas salas que foram abertas desde o *boom* iniciado três anos antes, o que obrigou a busca de novas formas de atração.⁶⁰ A autora acertada-

[57] J. J. Meusy, *Paris-Palace ou le temps du cinéma (1894-1918)*, Paris: CNRS Éditions, 2002, pp. 264-265. Tradução do francês.

[58] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 27 jan. 1910, FF:FMF 2.O.1.14, AN.

[59] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 24 jan. 1910, FF:FMF 2.O.1.14, AN.

[60] Uma forma de atrair público que prescindia do estrito ineditismo dos filmes já vinha sendo utilizada por Paschoal Segreto nessa época de acirrada concorrência: a exibição de fitas

mente apontou: “Mesmo com os filmes aumentando mais e mais de duração, era óbvio que não haveria produção suficiente para tantos programas simultâneos. Pelo menos não com ineditismo suficiente para sustentar a concorrência prolongada entre áreas e entre casas próximas”.⁶¹

Por outro lado, como forma de monetizar os estoques depois de sua estreia nos cinematógrafos cariocas e ainda sem estrutura de distribuição, alguns exibidores exploraram as cópias que haviam importado seguindo a prática dos itinerantes, levando os filmes (e talvez também equipamento de projeção) para teatros alugados em outras cidades. Em abril de 1908, a empresa William & Cia, do cinematógrafo Rio Branco, por exemplo, se apresentou dessa maneira em Juiz de Fora.⁶² Em maio de 1908, foi a empresa do cinematógrafo Paraíso do Rio, inaugurado no ano anterior na capital federal, que realizou apresentações nesses mesmos moldes em Porto Alegre.⁶³

Ao mesmo tempo, outros exibidores fizeram movimentos iniciais de criação de circuitos, sobretudo na mesma cidade ou estado. O proprietário do

eróticas, descritas como do “gênero alegre” ou “gênero livre”. O empresário teria dado início a essa prática ainda em fins de 1908, no Moulin Rouge, aplicando-a também ao Pavilhão Internacional/Concerto Avenida, sempre em salas anexas e discretas ou horários alternativos. Há vários relatos memorialísticos a respeito, como o do escritor Gilberto Amado, em suas lembranças sobre o Rio de Janeiro em 1910: “No Pavilhão Internacional [...], às sessões de Animatographo, às primeiras horas da noite, sucediam as exibições de filmes obscenos, iguais aos que se mostravam em certos bordéis de Paris, de um realismo torpe. A sala enchia-se de deputados, senadores, comerciantes, dos homens mais sérios e das mulheres da vida [...], que pousavam ali um instante para saírem acompanhadas de novos fregueses”. A esse mesmo respeito, Lima Barreto relatou que o escritor francês Anatole France, visitando o Rio de Janeiro em 1909, teria surpreendido seus anfitriões ao entrar no cinema de Segredo, onde eram exibidos filmes “que mais pareciam cartazes de propaganda contra o perigo das moléstias venéreas”. Gilberto Amado, *Mocidade no Rio e primeira viagem à Europa*, Rio de Janeiro: Livraria José Olympio, 1956, p. 21; Francisco de Assis Barbosa, *A vida de Lima Barreto*, 11 ed., Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017, p. 274.

[61] A. Gonzaga, *Palácios e poeiras: 100 anos de cinema no Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: Record, 1996, p. 94.

[62] Rosane Carmanini Ferraz, “A chegada do cinema em Juiz de Fora: uma nova opção de entretenimento no centro cultural de Mina Gerais”, em Alessandra Brum e outros (orgs.), *Cinema em Juiz de Fora*, Juiz de Fora: Editora UFJF, 2017, p. 25.

[63] A. Gonzaga, *Palácios e poeiras: 100 anos de cinema no Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: Record, 1996, p. 277; A. D. Trusz, *Entre lanternas mágicas e cinematógrafos: as origens do espetáculo cinematográfico em Porto Alegre: 1861–1908*, São Paulo: Ecofalante, 2010, p. 306.

cinematógrafo Parisiense, depois de uma breve experiência, ainda em 1907, com uma segunda sala na avenida Central (o cinematógrafo Moderno), abriu no ano seguinte o cinematógrafo Staffa em Niterói.⁶⁴ Dois anos depois, Staffa abriu também o cinema Kab Kab, na rua Gonçalves Dias, que exibia o mesmo programa do Parisiense a poucos metros do local.⁶⁵ Já Labanca, proprietário do Cinema-Palace, na rua do Ouvidor, abriu em 1909 uma segunda sala fora do centro do Rio, o cinema Catete (aparentemente, Antonio Leal morava no segundo andar desse sobrado). Como último exemplo, em 1910 a Empresa Pinto, Pereira & C., então proprietária dos cinemas Paris e Ideal, no Rio de Janeiro, abriu uma terceira sala, o cinema Royal, também em Niterói.⁶⁶

Esses exemplos são restritos a exibidores cariocas, mas processos semelhantes ocorreram em outras partes do país. Por um lado, esses movimentos iniciais de expansão dos exibidores não se distinguiram muito da lógica dos exibidores ambulantes que apresentavam o mesmo estoque de filmes em diferentes localidades. Por outro lado, esse processo começou, gradativamente, a se conformar na formação de circuitos para ampliação do alcance (e rentabilização) das cópias adquiridas por esses exibidores, quer da Europa, quer de agentes no Brasil.⁶⁷

De um modo ou de outro, para esses empresários efetivamente sustentarem o crescimento de seus circuitos (e negócios), inclusive em diferentes cidades e estados, eles precisavam assegurar um abastecimento amplo, regular

[64] R. L. Freire, *Cinematographo em Nictheroy: história das salas de cinema de Niterói*, Niterói: Niterói Livros, 2012, p. 37.

[65] A. Gonzaga, *Palácios e poeiras: 100 anos de cinema no Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: Record, 1996, p. 277.

[66] R. L. Freire, *Cinematographo em Nictheroy: história das salas de cinema de Niterói*, Niterói: Niterói Livros, 2012, p. 54.

[67] Quando comprava as cópias, o exibidor as projetava livremente em todas as salas de sua propriedade. Já quando ele alugava uma cópia, o negócio era acertado para sua projeção em determinados dias numa única sala. Assim, tornou-se comum a tentativa de burla desses acordos, sobretudo com o advento de filmes mais longos, através da exibição de uma mesma cópia em duas salas no mesmo dia, com os rolos sendo transportados clandestinamente de um local para o outro, imediatamente após sua projeção. Ao especificar as regras de locação, o anúncio de uma distribuidora em 1911 já antecipava a recusa prática: “Não aluga para menos de dois dias e não organiza serviços de automóveis para passar em dois cinemas na mesma noite” (*O Paiz*, 24 out. 1911, p. 12). Nos Estados Unidos, essa prática ficou conhecida como *bicycling* pela movimentação ilegal da cópia entre dois cinemas geralmente ser feita de bicicleta.

e seguro de filmes que permitissem a constante renovação da programação. Embora se tornasse inviável os cinemas cariocas exibirem exclusivamente os lançamentos da Pathé Frères, dada a concorrência entre os próprios clientes da MF&F, a visão dos Ferrez de que era difícil um grande exibidor se manter no mercado sem fechar contrato com eles parecia correta. Seu fornecimento não era suficiente para tantos cinemas concorrendo entre si, mas ele ainda era praticamente indispensável àqueles que desejassem ser os principais exibidores de sua localidade. Com sua força indiscutível, a MF&F atuava, inclusive, na regulação das práticas do mercado.

A consolidação de práticas e do ofício da distribuição de filmes

Um elemento que revela a consolidação da atividade de distribuição nesse período – e o papel da família Ferrez nesse processo – foi a adoção, a partir de 1910, de um contrato padrão pela MF&F, o primeiro modelo de contrato de distribuição de filmes usado no Brasil localizado nesta pesquisa. Se, até então, os contratos de distribuição da MF&F com exibidores eram datilografados individualmente em papel timbrado (e eventualmente registrados em cartório), com variações significativas entre um contrato e outro, o modelo posteriormente adotado era um documento impresso em que apenas as informações específicas de cada cliente eram preenchidas. Revela-se, portanto, a padronização da relação entre distribuidor e exibidor expressa na consolidação de quais seriam os deveres e direitos de ambas as partes, assim como as formas de fiscalização e as possíveis penalidades.

O contrato tinha no cabeçalho o nome da *Compagnie Générale de Phonographes, Cinématographes et Appareils de Précision*, das “Fábricas Pathé Frères” e de seus “agentes exclusivos para todo o Brasil: Marc Ferrez & Filhos”. Trata-se de um documento de duas páginas com sete cláusulas. As informações a serem preenchidas eram, na 1ª cláusula, com quem a MF&F estabelecia o contrato, o seu prazo, o volume de metros de filmes a serem alugados e por quanto tempo. A 2ª cláusula estabelecia o valor da locação, descrito em réis por metro de filme. A 3ª cláusula determinava que dias da semana os filmes seriam entregues e devolvidos (geralmente terças e sextas, tal como tinha se estabelecido nos últimos três anos). A 5ª cláusula estabelecia o valor da caução dada como garantia pela execução do contrato, a ser devolvido ao seu final, embora os três

exemplares de contratos disponíveis no acervo substituam, através de anotações manuscritas, a caução por uma carta de crédito ou fiador.⁶⁸

Interessante notar que o contrato padrão da MF&F – o mais antigo é de 1910 – já cristalizava regras importantes na relação entre o distribuidor e o exibidor, sendo a principal o aluguel e não a venda das cópias, com o primeiro se afirmando como regra e a segunda como exceção. Além disso, determinava a devolução das cópias “em perfeito estado no prazo indicado”, sob o risco de serem descontados os valores de 1\$000 e 1\$400 por metro de filme avariado (preto e branco e colorido, respectivamente) da caução dada como garantia (cláusulas 2^a, 5^a e 6^a). O contrato estabelecia ainda: o impedimento da sublocação das cópias sob a penalidade de um pagamento extra (cláusula 3^a); o direito de um fiscal do distribuidor ter livre acesso à sala e à cabine de projeção (cláusula 4^a); e o tempo mínimo de dois meses para o encerramento do contrato a partir da notificação, sendo qualquer divergência resolvida nos tribunais do Distrito Federal (cláusula 7^a).

Ao tratar da regulação de práticas no campo da distribuição cinematográfica no Brasil, é relevante descrever, mais detalhadamente, no que consistia o trabalho de uma empresa distribuidora de filmes nesse período. Ao citar os negócios de um agente regional da MF&F na cidade de Santos, no estado de São Paulo, que comprava, alugava e revendia cópias das novidades Pathé, Julio Ferrez falava do lucro que ele obtinha com um trabalho que se resumia a “um pouco de correspondência, recibos e muita amabilidade”.⁶⁹ O que Julio Ferrez apresentava era basicamente uma rotina de escritório, envolvendo administração, contabilidade e relacionamento com clientes. Na divisão de tarefas prevista no documento de criação da MF&F, esse parecia ter sido o papel inicialmente reservado a Luciano, a quem caberia a correspondência e escrituração dos livros auxiliares, enquanto Julio ficaria encarregado da oficina e das filmagens.⁷⁰

[68] Ver, por exemplo, o Contrato entre Marc Ferrez & Filhos e Rutowich, Ribeiro & C. para fornecimento de filmes Pathé Frères ao Kinema Kosmos, Rio de Janeiro, 2 dez. 1910, FF:FMF 2.0.5.2, AN.

[69] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 9 jun. 1909, FF:FMF 2.0.1.14, AN.

[70] Marc Ferrez & Filhos, Contrato de sociedade, 10 out. 1907, p. 1, FF-FMF 2.0.3, AN. Apesar da divisão de funções, a correspondência da empresa quase sempre tinha a assinatura pessoal e coletiva de “Marc Ferrez & Filhos”. Afinal de contas, os irmãos trocavam de papel recorrentemente, com Julio também cuidando da burocracia e Luciano de assuntos técnicos. Em perfil sobre Luciano, a revista *Palcos e Telas* reforçou esse aspecto: “dedicou-se ainda à parte elétrica,

Mas se Julio Ferrez insinuava que o trabalho de seu agente em Santos era simples para as vantagens pecuniárias que ele oferecia, as responsabilidades e demandas dos diretores da MF&F, como agentes exclusivos no Brasil da principal companhia cinematográfica do mundo, eram muito maiores. Afinal, o comércio internacional de filmes, rigorosamente globalizado, demandava, por exemplo, o conhecimento de idiomas estrangeiros para lidar com os fornecedores no exterior e noções de direito, principalmente da legislação alfandegária.⁷¹

O desembaraço aduaneiro dos filmes importados eventualmente era um serviço muito complexo e trabalhoso, como demonstrado no episódio relatado em carta de Luciano Ferrez escrita ao seu agente em Paris. O distribuidor reclamava que, diferentemente do usual, a mais recente remessa de cópias fora enviada para eles como pertencente à Pathé Frères, o que causou enorme transtorno. Luciano explicava:

Nós temos a procuração da Societe Generale de Phonos, Cines et Appareils de Precision⁷² em favor da Marc Ferrez & Filhos [...]. Nessa procuração perfeitamente legal não aparece jamais escrito o nome Pathé e se tornou necessário, portanto, provar que a casa Pathé é mesmo essa Comp. Gen. de Phonos etc. [...]. Durante três dias nós percorremos todas as repartições da alfândega, de uma mesa a outra [...] até ganhar a causa. [...] Veja que dificuldade. Inacreditável e inimaginável. [...] Pedimos a você o favor de solicitar à casa Pathé e Gaumont embarcar [as mercadorias] simplesmente “à ordem” sem indicar seu nome, caso contrário, será preciso toda vez fazer uma verdadeira campanha, citar advogados, exemplos, jurisprudência etc... Papelada que não acaba mais e que atrasa inutilmente o recebimento dos filmes.⁷³

conhece a fundo diversos tipos de motor”. Somente o trabalho de filmagem foi uma atividade exclusiva de Julio (“Grandes figuras da cinematografia”, *Palcos e Telas*, v. 3, n. 107, 8 abr. 1920, s.p.).

[71] O francês era a língua principal da família. As cartas escritas em português, provavelmente por Julio Ferrez, para José Tous Roca, entre 1908 e 1910, revelam diversos erros de gramática, diferentemente das cartas posteriores, principalmente de Luciano, que mostram pleno domínio da língua. A correspondência pessoal entre Luciano e Julio, mas principalmente entre Marc e seus filhos, era sempre escrita em francês, com apenas algumas expressões eventuais em português.

[72] O nome correto é Compagnie Générale des Phonographes, Cinématographes et Appareils de Précision.

[73] Carta de Luciano Ferrez a Nevière, Rio de Janeiro, 27 out. 1914, FF:FMF 2.2.2.1.10, AN. Tradução do francês.

Afora esse trabalho burocrático, ao distribuidor brasileiro cabia ainda a responsabilidade pela tradução para o português dos títulos dos filmes, das sinopses e das cartelas ou intertítulos, geralmente feitas sob encomenda na Europa.⁷⁴ Além do relacionamento com os exibidores que já haviam firmado contrato, o distribuidor precisava conseguir novos clientes, respondendo a consultas vindas de todo o Brasil e enviando catálogos de seus produtos para os interessados.⁷⁵

A distribuição de filmes demandava também um trabalho de logística, lidando com os mais diferentes meios de transporte para garantir a movimentação de volumosas latas de filmes por longas distâncias, fosse por trem, navio ou quaisquer outras formas disponíveis. As pesadas remessas de filmes para o Brasil eram recebidas, principalmente, no porto do Rio de Janeiro, sendo as cópias divididas em rolos de 300 metros (que pesavam cerca de 2,5 quilos cada um), transportados em latas redondas de metal que, por sua vez, eram empacotados em caixas de madeira.⁷⁶ Acompanhando a substituição do transporte de tração animal que se acelerou na capital federal durante a primeira década do século 20, essas encomendas passaram a ser transportadas de automóvel, do porto ao escritório das distribuidoras, onde eram examinadas antes de serem despachadas para os clientes.⁷⁷

[74] Artigo da revista *Careta*, em 1910, elogiava a tradução dos intertítulos dos filmes exibidos no Odeon (entre eles, os da Pathé) e criticava os do Parisienne: “Os dísticos, na tela desse cinematógrafo, são escritos em tal português, que ninguém entende” (V. P. Araújo, *A bela época do cinema brasileiro*, São Paulo: Perspectiva, 1976, p. 324). A revista mineira *Vita* também reclamava dos “erros palmares de vernáculo” nos “dizeres que precedem os diversos quadros”, o que irritavam os letrados, mas eram piores para os “ignorantes da língua portuguesa, os quais aprendem a grafar erradamente as palavras ou não chegam a entender a rubrica dos filmes, tais os despautérios que as traduções lhe propinam” (*Vita*, s.n, 1913, p. 26).

[75] Com exceção do já citado catálogo de 1905, infelizmente todos os demais catálogos de equipamentos cinematográficos da MF&F preservados são posteriores a 1915. É possível perceber que os catálogos dos Ferrez usavam as gravuras de equipamentos impressas nos catálogos franceses da Pathé e Gaumont, por exemplo, cujos exemplares do fundo Família Ferrez encontram-se eventualmente cortados. Não localizamos nenhum catálogo de filmes para distribuição aos clientes, apenas o folheto original de propaganda do filme *Vie de Jésus: Sa naissance, son enfance, sa vie, sa mort*, de 65 páginas, ilustrado e com descrições de cada quadro do filme, além da metragem (950 mts) e preço em franco (1.900 fr). Trata-se de uma nova cópia completa da versão de 1907, provavelmente adquirida pela MF&F em 1915. FF:FMF, 2.O.1.10, AN.

[76] “Film News From Foreign Parts”, *Motion Picture News*, 19 set. 1914, p. 37.

[77] Um documento de 1912, integrante do fundo da firma Marc Ferrez & Filhos, elenca as despesas mensais daquele ano com “automóveis”, incluindo licenças, estadia, gasolina, óleos,

Trabalhando com um produto resultante das mais avançadas tecnologias da química, ótica, eletricidade e mecânica, distribuidores como os Ferrez também faziam uso das modernas ferramentas então disponíveis para os homens de negócio: máquina de escrever, telégrafo e telefone.⁷⁸

Se descrevemos basicamente o trabalho como aquele desempenhado pelos sócios-diretores da MF&F, um documento revelador sobre o ofício cotidiano de uma distribuidora é o depoimento tomado, em 1944, de Fernando Xavier Rabello, que era, então, o mais antigo funcionário da empresa dos Ferrez, onde trabalhava desde 3 de outubro de 1907.⁷⁹

Fernando contou ter conseguido o emprego na Marc Ferrez & Filhos através do modo mais tradicional existente: relações pessoais e familiares. Um amigo de seu pai, gerente na Casa Viúva Henry (tradicional armazém de vinhos e comestíveis), intercedeu por ele junto a uma de suas antigas freguesas, “Mme. Marc Ferrez”, isto é, Marie Lefebvre Ferrez, mãe de Julio e Luciano. O trabalho numa distribuidora de filmes exigia conhecimentos específicos de seus funcionários, fosse para manuseio e revisão das cópias de películas cinematográficas ou para

consertos, pneus, “chaufer” e ajudante (Automóveis, 1912, FF:FMF 2.2.2.5,3,3, AN). Lembremos que a abertura da avenida Central, que se iniciava na praça Mauá, também teve a função de facilitar o escoamento das mercadorias vindas do porto. De fato, o trajeto para o transporte de cópias de filmes, desembarcadas dos navios para o escritório da MF&F na rua São José, n. 96, percorria o amplo *boulevard* e era bastante simples.

[78] Desde o início das atividades da MF&F, as cartas da empresa eram datilografadas, sendo feitas cópias em papel carbono da correspondência enviada. O uso do telégrafo era adequadamente destinado apenas a mensagens urgentes. Os Ferrez desenvolveram, inclusive, códigos telegráficos para nomes, números e palavras utilizadas com mais frequência, de modo a economizar no número de caracteres e eventualmente cifrar suas mensagens. A partir de agosto de 1909, Marc Ferrez & Filhos passou a constar, com o número 2718, na lista telefônica da cidade do Rio de Janeiro. Disponível em <<https://acervo.oifuturo.org.br/wp-content/uploads/taianacan-items/6/50297/mtcom522620.pdf>>. Acesso em 20 dez. 2020.

[79] Fernando Rabello, “O meu emprego na casa dos Snr. Marc Ferrez Filhos Ltda.”, 8 out. 1944, FF:FMF 4.0.5, AN. As citações seguintes são desse documento. Nesse depoimento tomado nos anos 1940, Fernando dizia ter começado a trabalhar na M&F em 3 de outubro de 1908, mas parece ter se confundido de ano. Afinal, em texto em sua homenagem, publicado em 2 de outubro de 1921, era informado que ele trabalhava com a MF&F havia 14 anos, portanto, desde 1907. Como a MF&F, de fato, ampliou suas atividades com a abertura do cinematógrafo Pathé, em setembro de 1907, parece mais provável que Fernando tenha começado a trabalhar em outubro desse ano e não do ano seguinte. Ver Z.Z (pseud. José Alves Neto), “Galeria dos tenentes: Fernando Xavier Rabello”, *O Imparcial*, 2 out. 1921.

identificação de peças de equipamentos de projeção para venda ou reposição, que foi aprendido por Fernando na prática cotidiana junto aos seus patrões:

O sr. Luciano foi meu mestre, ensinando o manejo da [mesa] enroladeira, de fazer as emendas, de apertar e desapertar os rolos etc. [...]. No correr desse ano [1908], aos poucos fui conhecendo os principais aparelhos de cabine cinematográfica, só encontrando muita dificuldade nas peças sobressalentes, que dependeu de longo tempo para conhecer a fundo. Com alguma prática, já separava algumas encomendas do interior.

As cópias dos filmes precisavam ser revisadas manualmente antes e depois do aluguel aos exibidores para serem entregues em boas condições de projeção e para que fosse identificado se algum cliente as tivesse danificado durante a locação, para ser devidamente responsabilizado pelo prejuízo.

Além do manuseio dos produtos para responder aos pedidos de encomendas, havia ainda a necessidade de atendimento aos clientes (os exibidores) no balcão da empresa, localizada na rua São José, indicando um cotidiano de pequenos negócios. Ao distribuidor cabia satisfazer a demanda de exibidores por cópias de determinada duração, gênero ou preço, como uma autêntica locadora de filmes. Em certa medida, esse comércio de varejo provocava, eventualmente, irritação no patrão pela perda de tempo diante da renda diminuta da transação:

O stock de filmes, aos poucos ia aumentando; e com a prática que ia adquirindo, já permitia organizar programas para alguns dos cinemas do interior, assim como servia alguns fregueses do Rio, como o sr. Vital Ramos de Castro que às vezes aparecia com o seu chapeuzinho debaixo do braço, sorridente e de voz meiga, pedia que escolhêssemos um filmezinho para reforçar o programa do pequenino cinema Popular. Exigia que o filme fosse dramático com alguém que morresse, colorido, que não escapasse o cartaz etc., por 5\$000 ou 10\$000, para 1 e 2 dias. Com toda essa história, tomava muito tempo. O sr. Julio pouco gostava que o servisse; por várias vezes me dizia que o mandasse às favas, mas, pacientemente o ia servindo sempre, devido ao seu modo delicado e calmo, tolhendo-me toda coragem de cumprir as ordens do chefe. Com o grande desenvolvimento da cinematografia, tornou-se um dos melhores fregueses!⁸⁰

[80] O paulista Vital Ramos de Castro (1879–1958) começou modestamente no negócio

Com o aumento do volume de negócios da MF&F, tornava-se necessário ainda manter a organização de uma quantidade cada vez maior de cópias de filmes, exigindo um trabalho de estoquista, similar ao exercido hoje, por exemplo, num supermercado (e também numa cinemateca!):

Em 1911 o stock de filmes já atingia aproximadamente a 1.300 latas, todos de uma única parte [...] Por essa ocasião, todas as latas, com os respectivos rótulos (cabecário [*sic*] de descrição), etiquetas, avisos, números e respectivas descrições coladas por dentro da tampa, achavam-se rigorosamente alinhadas nas prateleiras, obedecendo ordem numérica, assim como um livro controle em ordem alfabética, que permitia encontrar qualquer filme com a máxima rapidez.⁸¹

Por outro lado, os altamente inflamáveis rolos de película de nitrato de celulose não eram um produto como qualquer outro, mas um risco constante de acidentes. Fernando descreveu um episódio quando um freguês do interior, advertido por fumar dentro da loja, “atirou o cigarro em direção da porta da área, mas o mesmo foi cair sobre um rolo de filme sem lata [...] inflamando-o!” O funcionário rapidamente chutou a lata para a área de serviço, onde o filme se queimou inteiramente, mas poupou a loja de um “horrível incêndio!”

O relato de Fernando descreve ainda a prática da projeção de filmes para os clientes nas instalações da MF&F – tanto de novos títulos quanto de fitas

cinematográfico carioca quando abriu, em 1908, o cinematógrafo Popular, na rua Marechal Floriano, 101: “Inicialmente pequeno, com apenas 75 lugares, e com preços acessíveis, o negócio era administrado de maneira próxima por Vital, que desempenhava múltiplas funções, incluindo a de abordar transeuntes para que entrassem no cinema. Era época do cinema mudo e Maria da Glória [esposa de Vital] vendia os ingressos e suas irmãs Gilda e Edith revezam-se ao piano durante as projeções no início do negócio”. Como o depoimento de Fernando Rabello descreve, os negócios do exibidor cresceram nos anos seguintes, com a ampliação do Popular (já com 230 lugares em 1912) e a abertura de novas salas. Em 1936, o exibidor inaugurou o cine Plaza, na rua do Passeio, dotando o “Circuito V. R. de Castro” de uma luxuosa sala lançadora. Ao construir o enorme cinema Olinda, inaugurado em 1940, na Tijuca, o empresário já era um dos principais exibidores cinematográficos do Rio de Janeiro (Gustavo Pires de Andrade Neto, “Vital Ramos de Castro”, em *Cinemateca do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro*, 2019. Disponível em <<https://www.mam.rio/cinemateca/dia-mundial-da-preservacao-audiovisual>>. Acesso em 10 jan. 2021).

[81] Além dos rolos de filmes, os distribuidores também precisavam manter organizado o enorme estoque de cartazes e fotografias que eram comercializadas e entregues junto das respectivas cópias.

antigas –, revelando a existência nas oficinas da rua São José do que seria futuramente chamado de “cabine.”⁸²

Nessa época já conhecia alguma coisa sobre projeções, aprendia com o sr. Luciano ou sr. Julio, na ocasião que eram passados os programas novos da semana, para os srs. Arnaldo, Figueiredo, Zambelli etc. Ajudava-os, enrolando os filmes que caíam n’um saco.⁸³ Quando o sr. Luciano precisava atender alguém na loja ou escritório, eu era o “operador”. Já por fim, passava muitos filmes velhos que fregueses do interior compravam sem nada acontecer.⁸⁴

Uma fotografia do fundo Família Ferrez, sem datação ou identificação, possivelmente revela justamente Fernando Rabello em seu local de trabalho, ainda no início das atividades da MF&F na distribuição de filmes.⁸⁵ Na fotografia provavelmente tirada por Julio Ferrez, vemos um jovem homem branco à frente de uma mesa sob a qual reside uma pilha de latas de filmes. No chão, ao seu lado,

[82] O termo “cabine” se refere a saletas de projeção, com poucos lugares, localizadas nos escritórios das distribuidoras e destinadas à realização de sessões promocionais para clientes e convidados. O termo passou a ser usado posteriormente para designar pré-estreias para críticos e jornalistas, sendo chamadas de “cabines de imprensa” mesmo quando passaram a ser feitas também em salas de cinema convencionais, mas geralmente no horário matutino. Max Alvarez descreveu como muitos *exchanges* nos Estados Unidos não possuíam cabines, projetando filmes improvisadamente nas paredes ou cortinas, embora salas de projeções descritas como pequenos cinemas também já fossem anunciados por distribuidoras mais consolidadas desde 1905 (M. Alvares, “The Origins of the Film Exchange”, *Film History*, v. 17, n. 4, 2005, p. 441).

[83] Inicialmente, os rolos, após serem projetados, caíam num saco na parte inferior do projetor, sendo posteriormente rebobinados. Pelo perigo de incêndio, padronizou-se a inclusão de um “rebobinador automático” que enrolava a cópia num outro carretel, conforme ela ia sendo projetada, no próprio projetor.

[84] Uma correspondência de 1908 já confirma a existência de cabine de projeção nas oficinas da distribuidora e destaca sua pequena dimensão. Ao escrever para a Associação Geral de Auxílios Mútuos da Estrada de Ferro Central do Brasil, para a qual haviam realizado filmagens, a MF&F convidava a comissão responsável para assistir à primeira cópia pronta em “sessão reservada” no cinematógrafo Pathé, em melhores condições do que no escritório localizado na rua São José, “em que apenas poderemos ter uma projeção de 1 metro e meio de lado”. Carta de Marc Ferrez & Filhos à Associação Geral de Auxílios Mútuos da E.F.C.B, Rio de Janeiro, 25 jan. 1908, FF-FMF 2.01.1.2.1, AN.

[85] Negativo preto e branco, 9 x 6 cm, sem nenhuma indicação, FF:JF 2.2.2.1. Agradeço à equipe do Arquivo Nacional por ter digitalizado essa imagem a meu pedido durante a pandemia.

descansa um rebobinador de filmes portátil. Atrás dele, sob uma mesa, estão um projetor com motor e dois carretéis. Aparentemente, a porta e janela ao fundo poderiam ser fechadas para escurecer o cômodo e transformá-lo numa cabine de projeção (figura 9). A simplicidade do espaço dá a impressão de ser o segundo andar de um sobrado residencial (haja visto o papel de parede decorado), que de modo improvisado foi transformado em ambiente de trabalho, com mais algumas pilhas de latas de filmes dispostas no alto do armário de madeira (certamente acessadas pela escada apoiada na parede).⁸⁶

Tanto o depoimento de Fernando quanto a fotografia revelam uma empresa em seus primeiros tempos, com um corpo de funcionários ainda enxuto, impressão acentuada pelo relato de situações em que um dos sócios tinha que interromper o atendimento a um exibidor para atender a outro cliente no balcão. Talvez isso fosse o resultado do crescimento acelerado dos negócios da MF&F. De fato, em poucos anos os Ferrez passariam a ter duas dezenas de funcionários sob seu comando. Afinal, criada por pai e filhos brancos de ascendência europeia, já experimentados no comércio de produtos estrangeiros, fluentes em francês, com largo conhecimento técnico de equipamentos fotográficos e óticos, e conhecidos em diversos extratos do governo e da sociedade carioca pelo respeitado nome do patriarca Marc Ferrez, a empresa MF&F tinha diversos predicados para o negócio.⁸⁷

Ainda assim, a concorrência à distribuidora e à própria fábrica francesa só

[86] O escritório e oficinas da MF&F na rua São José, 112, passaram por obras no início de 1909, que incluíram a instalação de uma vitrine e uma tabuleta na fachada. Houve também modificações mais amplas no interior do prédio, que abarcaram, segundo o projeto submetido à prefeitura, a construção de câmaras escuras. Talvez a fotografia seja desse espaço antes ou durante as obras de adaptação (Alvarás de obras, guias de licença e planta de projeto, FF:FMF 1.0.2.2, AN). Entretanto, os negativos dos filmes realizados por Julio Ferrez eram revelados num quarto escuro em depósito na rua Senador Dantas (a numeração informada era 51, mas devia se tratar do imóvel da empresa no número 88), numa “banheira de mão”, pelo próprio Julio, com auxílio de Fernando Rabello (Anotações de Adhemar Gonzaga, Arquivo Cinédia).

[87] Essa análise dos Ferrez obviamente se contrapõe à descrição feita por Paulo Emílio Sales Gomes em seu pioneiro texto sobre o início do cinema brasileiro: “os homens que abordaram o cinema como negócio [nos primeiros tempos...] não pertenciam ao mundo comercial estabilizado e rotineiro, dominado por portugueses. Eram quase sempre italianos, frequentemente aventureiros, em cujas vidas pitorescas não pesava muito o lastro da respeitabilidade”. Paulo Emílio Sales Gomes, “Pequeno cinema antigo”, *Cinema: trajetória no subdesenvolvimento*, 2 ed. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

vinha aumentando no mercado brasileiro. Se o contrato original com a Pathé Frères estabelecia que seus agentes brasileiros não podiam importar filmes ou projetores de nenhuma outra marca, em 1911 a MF&F já vinha insistindo na alteração dessa exclusividade.⁸⁸ Ficava evidente ser cada vez menos viável trabalhar com um único fabricante para atender o circuito exibidor nacional ainda em expansão. Exemplo claro disso era o fato de o próprio cinematógrafo Pathé começar a compor seus programas com filmes de outras marcas ou fornecedores. Se, desde a sua abertura, a sala da empresa Arnaldo & Cia tinha exibido praticamente apenas filmes da Pathé Frères e fitas nacionais, entre 1910 e 1911 o cinema apelou regularmente para novidades da Vitagraph, Milano, Cines e Éclair, entre outras marcas. De algum modo, isso era reflexo da gradual perda pela Pathé Frères da hegemonia que possuía do mercado mundial.

Mesmo assim, o domínio da Pathé ainda se manifestava, por exemplo, na Semana Santa, quando a MF&F alugava todas as cópias de seu estoque de filmes sacros. Na época do feriado, em 1909, João do Rio havia escrito a hoje célebre crônica “A revolução dos filmes”, em que um “velho frequentador de festas populares” falava ao escritor:

- Agora já não é nas Igrejas a Semana Santa.
- Onde é então?
- Nos cinematógrafos. Vá ver. Os filmes de arte realizaram uma completa transformação nos costumes.⁸⁹

Já em 1910, em carta ao seu representante no Norte do país, os Ferrez destacavam sua hegemonia no feriado cristão, quando tinha se tornado um hábito os fiéis frequentarem os cinematógrafos para assistirem a filmes sobre a vida e a morte de Jesus Cristo: “Aqui no Rio só se exibiu Pathé: só o Odeon deu uma fita de Gaumont *Páscoa Florentina* [*Pâques Florentine*, Louis Feuillade, 1910] (drama) e uma parte da *Paixão* de 1.000 metros editada pela fábrica [francesa]

[88] Carta de Charles Pathé à Marc Ferrez & Filhos, Paris, 19 maio 1911, FMF 2.O.1.12, AN.

[89] Publicada na *Gazeta de Notícias*, em 10 de abril de 1909, e depois editada no livro *Os dias passam*, de 1912. João do Rio não foi o único a perceber a moda. Dizia outro jornal carioca: “Os últimos ecos da Semana Santa e do Carnaval confundiram-se. Os cariocas andaram de cinema em cinema, desprezando, relativamente, as igrejas e os préstitos” (V., “Films”, *A Imprensa*, 13 abr. 1909, p. 2).

Eclipse, muitíssimo longa, sem interesse. De todos os lados só se viam cartazes Pathé e exibições de fitas novas ou velhas de Pathé”.⁹⁰

Mesmo com a concorrência cada vez mais acirrada de outras marcas europeias e americanas, a principal forma de competir com a Pathé Frères ainda eram as fitas brasileiras ou modos de apresentação particulares, alternativas utilizadas por diferentes exibidores para singularizar os programas que ofereciam aos seus fregueses.

Os filmes cantantes como modo de apresentação

Bem conhecidos atualmente pelos historiadores, os “filmes cantantes” em que atores dublavam as projeções, ao vivo e atrás da tela, foram, inicialmente, divulgados pela imprensa com a alcunha de “fitas falantes”. Trata-se de um detalhe que deixa claro ter sido uma derivação do sucesso das fitas estrangeiras de “cinematógrafo falante”, como eram chamadas, genericamente, as exibições em que havia a sincronização do projetor cinematográfico com potentes fonógrafos ou gramofones. As fitas falantes vinham sendo exibidas com sucesso desde antes do *boom* de salas fixas, ainda nos espetáculos de exibidores itinerantes, como os de Édouard Hervet, a partir de 1904.⁹¹ Nos cantantes, porém, a máquina falante era substituída por músicos e cantores em carne e osso. Apondo como a projeção de filmes sincronizados ao vivo por artistas ocorreu em diferentes países, Jean-Claude Bernardet sugeriu que os filmes cantantes brasileiros recorreram a uma “técnica” que não lhes era específica.⁹²

[90] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 29 mar. 1910, FF:FMF 2.0.1.14, AN.

[91] Fernando Morais da Costa, *O som no cinema brasileiro*, Rio de Janeiro: 7letras, 2008, pp. 28-32. Costa descreveu um intervalo entre uma primeira “vinda” de cinematógrafos falantes, especialmente através dos espetáculos de Hervet, entre abril de 1904 e dezembro de 1905, e um novo “surto” que seria iniciado pelo próprio Hervet, a partir de março de 1907. Na verdade, o exibidor ambulante francês permaneceu em atividade constante nesse suposto intervalo, realizando espetáculos, por exemplo, em Recife, Belém e Manaus ao longo de 1906, o que indica a continuidade das apresentações de cinematógrafo falante entre as exibições itinerantes e o surgimento dos cinemas fixos. Ver o subcapítulo “A investida da MF&F contra os exibidores ambulantes” (*infra*).

[92] J. C. Bernardet, *Cinema brasileiro: propostas para uma história*, São Paulo: Paz & Terra, 1979, p. 95.

De fato, tal como ocorreu no Brasil, foi justamente em 1908 que os cantantes (ou *talkers*) se disseminaram nos Estados Unidos, muito embora as companhias que exploraram essa prática, como Humanovo, Actologue ou Dramagraph, a valorizassem, diferentemente do que ocorreu aqui, como um novo truque ou um acréscimo ao realismo dos filmes que elas selecionavam – e eventualmente editavam – mas não produziam.⁹³

Seguindo a pista da descrição dos cantantes como técnica ou prática, os cantantes podem ser analisados menos como um *produto* (isto é, os filmes brasileiros cantantes), tal como a historiografia do cinema brasileiro geralmente fez, e mais como um *modo de apresentação*, o qual foi utilizado inicialmente na projeção de filmes estrangeiros, mas depois também em produções locais. Tanto no Brasil quanto em outros países, tratava-se de mais um artifício para diferenciação das exhibições cinematográficas.⁹⁴

Não é fácil averiguar quando esse modo de apresentação também passou a ser utilizado em filmes nacionais, especialmente produzidos para serem exibidos nesse formato, mas, certamente, isso se adensou no Rio de Janeiro a partir de agosto de 1908. Antes disso, o cinematógrafo Rio Branco, por exemplo, vinha exibindo regularmente fitas falantes estrangeiras como cantantes.⁹⁵ A falta de indicação clara da nacionalidade dos filmes nos anúncios das exhibições de

[93] Jeffrey Klenotic, “The Sensational Acme of Realism: ‘Talker’ Pictures as Early Cinema Sound Practice”, em Richard Abel e Rick Altman (orgs.), *The Sounds of Early Cinema*, Bloomington: Indiana University Press, 2001, pp. 156-166. Ver também: Pierre Veronneau, “An Intermedia Practice: ‘Talking Pictures’ in Montreal”, 1908–1910, *Film History*, v. 11, n. 4, 1999, pp. 426–432. Diferentemente do que parece ter ocorrido em outros países, no Brasil os artistas empregados atrás da tela se dedicaram, num primeiro momento, apenas a cantar e não a proferir diálogos ou simular efeitos sonoros. Há de se refletir se esse privilégio, entre 1908 e 1909, aos filmes “cantantes” e não “falados” se deveu à ausência nos cinemas do Rio de Janeiro de outros tipos de performances de cantores entremeadas aos filmes, como as “canções ilustradas” dos *nickelodeons*.

[94] Eu uso o termo “modos de apresentação” (*modes of presentation*) no sentido dado principalmente por Charles Musser, desde o seu pioneiro estudo sobre o primeiro cinema, no qual destacava o formato de exibição como elemento fundamental para entender seus “modos de representação”, em estreita interrelação com os “modos de produção”. Ver Charles Musser, “The Early Cinema of Edwin S. Porter”, *Cinema Journal*, v. 19, n. 1, out. 1979.

[95] As fitas falantes exibidas pelo Rio Branco incluíam produções da Pathé Frères, como *Bonsoir madame la lune* (1904) e *Ma Jolie* (1906), mas principalmente da Gaumont, como *Vesti la giubba* e *Funiculi-Funicula*, ambas dirigidas por Alice Guy.

cantantes levou Bernardet a sugerir uma indiferença sobre esse aspecto ao indagar se “o público queria ver e ouvir filmes cantantes, pouco importando sua origem”.⁹⁶ Houvesse ou não uma indiferença da parte do público (o que é improvável), certamente havia diferença para os exibidores. Afinal, a empresa William & Cia passou a produzir seus próprios filmes para exhibições como cantantes justamente após filmes posados realizados por Julio Ferrez e Antonio Leal, como *Nhô Anastácio chegou de viagem* e *Os estranguladores*, alcançarem grande sucesso, respectivamente, nos concorrentes cinemas Pathé e Cinema-Palace. Se a exibição de filmes estrangeiros como cantantes era uma forma de individualizar as sessões do cinematógrafo Rio Branco, a produção de filmes especialmente para esse modo de apresentação era um avanço ainda maior na diferenciação da sala de exibição em relação aos concorrentes.⁹⁷

No Rio de Janeiro, provavelmente os primeiros filmes produzidos para serem apresentados como cantantes foram encomendados por Cristóvão Guilherme Auler e seu sócio, Alberto Moreira, ao cinegrafista Julio Ferrez: *A canção do aventureiro*, da ópera *Il Guarany*, de Carlos Gomes, e a ária *Barcarolle*, da ópera *O conto de Hoffman*, de Offenbach.⁹⁸ Do segundo, existe uma rara fotografia do momento da filmagem feita por Julio Ferrez, em Copacabana (mais precisamente, na atual Praia do Forte), mostrando o cantor Antonio Cataldi, vestido a caráter e com os pés dentro do mar, no cenário natural da praia, com um músico tocando violino ao lado da câmera.⁹⁹

[96] J. C. Bernardet, *Cinema brasileiro: propostas para uma história*, São Paulo: Paz & Terra, 1979, p. 79.

[97] Em dezembro de 1908, até mesmo o Pavilhão Internacional de Paschoal Segreto passou a apresentar “fitas nacionais”, embora do gênero alegre, tais como *Beijos de amor*, *O funil*, *Um colegial numa pensão*, *Vingança moderna*, *Pintor e modelo* e *Pulga... recalitrante*. Mesmo que exista a possibilidade de serem fitas estrangeiras apenas enganosamente anunciadas como brasileiras, ainda assim já é um fato revelador da tendência em curso no segundo semestre daquele ano. Isto é, a valorização pelos exibidores de filmes posados nacionais, exclusivos da sala de cinema, como forma de atração do público.

[98] *A canção do aventureiro* foi exibido no cinema Rio Branco a partir de 24 de agosto, enquanto *Barcarola*, “fita falante tirada expressamente para o cinematógrafo Rio Branco”, entrou em cartaz em 2 de setembro (*Correio da Manhã*, 24 ago. 1908, p. 6; *Correio da Manhã*, 2 set. 1908, p. 10).

[99] Depoimento do próprio Julio Ferrez reconhece esses como seus primeiros trabalhos com cantantes: “Certo dia fui procurado pelo sr. [Alberto] Moreira um dos sócios [de Guilherme Auler] para fazer uma fita cantada [...]. Experimentamos com o maestro Costa Junior. Meu aparelho era um dos primeiros da Pathé, fazia 60 metros no máximo. Fiz uma

Após esses dois cantantes, Julio Ferrez filmou, sob encomenda da William & Cia, diversas outras fitas curtas que foram exibidas como cantantes no cinema Rio Branco nos meses seguintes. Eram basicamente árias de operetas, em solos ou duetos.¹⁰⁰ Na temporada de estreia dos *film d'art* franceses no Teatro Lírico, em janeiro de 1909, foram incluídas no programa duas fitas cantantes filmadas por Ferrez que já haviam sido exibidas antes no Rio Branco, entre elas o dueto de *Il Guarany*, interpretado por Claudina Montenegro e Santucci. A atração local, contudo, mereceu severas reprimendas de um crítico teatral que, referindo-se ao trecho da ópera de Carlos Gomes, ironizou as “cantarolas de uma artista de zarzuelas e de um tenor que se vestiu de espanador para fingir de Peri e cantar o dueto de *Guarany*, a caráter, com uma Ceci com as vestes de 1900”.¹⁰¹

Diante dos poucos valores de produção desses primeiros e curtos filmes cantantes nacionais, que apelavam a cenários naturais, em filmagens ao ar livre, e improvisados nos figurinos, Auler e Moreira recorreram ao teatro. Além de aproveitar os investimentos em cenografia e guarda-roupa já feitos nos espetáculos teatrais, o recurso à filmagem de montagens teatrais permitia ainda atender à ambição de realizar um produto exclusivo que não fosse apenas mais um filme curto no programa, mas um filme mais longo que pudesse se tornar a atração única e principal de uma sessão, tal como *Os estranguladores*, lançado no ano anterior pelo Cinema-Palace. Tratava-se, portanto, de iniciativas de

Baccarolla cantada pelo [Antonio] Cataldi em Copacabana e tive sucesso”. Ver Julio Ferez, “Escrito por papae”, s.d. [c. 1932], FF:GF 4.1.2.1.1, AN. A fotografia da filmagem foi reproduzida em: Paulo Emílio Sales Gomes e Adhemar Gonzaga, *70 anos de cinema brasileiro*, Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1966, p. 27; J. I. M. Souza, *Imagens do passado: São Paulo e Rio de Janeiro nos primórdios do cinema*, São Paulo: Senac, 2004, p. 267. Pela descrição de Julio e pela análise da fotografia da filmagem, aparentemente se tratava de uma câmera do modelo *Cinématographe Pathé*, fabricada a partir de 1905. Disponível em <<https://www.cinematheque.fr/fr/catalogues/appareils/collection/camera-film-35-mm-cnc-ap-96-529-1-3.html>>. Acesso em 29 maio 2021.

[100] Carlos Eduardo Pereira, *A música no cinema silencioso no Brasil*, Rio de Janeiro: Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, 2014, p. 41. Os primeiros filmes cantantes não apenas foram frequentemente reprisados, como também a comédia *Nhô Anastácio chegou de viagem* foi reapresentada, em 1909, sob a forma de cantante. O fato de ter sido anunciada nessa ocasião como *Seu Anastácio chegou de viagem* levou Alex Viany a considerá-la como uma refilmagem, o que parece improvável. Ver José Ramos Tinhorão, *Música popular: teatro & cinema*, Petrópolis: Vozes, 1972, p. 248.

[101] O. G. (pseud. de Oscar Guanabario), “Espetáculos: Films d'art”, *O Paiz*, 10 jan. 1909, p. 3.

realização de filmes de maior duração – para além do formato padrão de um rolo, cuja duração era de aproximadamente 15 minutos – ainda absolutamente incomum em todo o mundo.

O marco dessa mudança foi a versão da popular opereta *A viúva alegre*, produzida para o cinema Rio Branco, que alcançou repercussão sem precedentes a partir de setembro de 1909. Os depoimentos de Julio Ferrez, que filmou também *A viúva alegre*, cuja iniciativa teria sido de Alberto Moreira, são igualmente reveladores: “Havia uma Companhia Portuguesa, em que figurava Auzenda de Oliveira, atriz muito querida. Filmei toda a peça em rolos de 60 metros. Cantava-se depois detrás do pano com dois artistas e meia dúzia de coristas”.¹⁰² A câmera à manivela era operada manualmente por Julio, enquanto os principais elementos a serem registrados na tela eram fornecidos pela companhia teatral (elenco, figurinos e cenários). Cabiam à William & Cia o acompanhamento musical e a dublagem, realizadas ao vivo, em cada projeção. Diferentemente dos cantantes anteriores, que consistiam de breves solos ou duetos, *A viúva alegre* apresentava, com pelo menos “meia dúzia de coristas”, também os coros da opereta, o que era uma verdadeira novidade.

Conforme as lembranças de Julio Ferrez, a filmagem da peça completa não podia ser feita “ao ar livre, nem tampouco num teatro”, onde não haveria luminosidade suficiente. Assim, ele utilizou o estúdio envidraçado e “assaz vasto” de Labanca, na rua dos Inválidos, “para poder movimentar uma trupe de opereta”.¹⁰³ Fotogramas de *A viúva alegre*, publicados na imprensa, mostram o uso aparentemente constante de planos de conjunto, com os atores enquadrados de corpo inteiro, numa reprodução do palco teatral.¹⁰⁴ Apesar da provável imobilidade da câmera, Julio se lembrou de ter feito uso da profundidade da cena através da movimentação dos atores: “Não se conhecia ainda os primeiros planos [*close-ups*] para os artistas principais. Assim mesmo delimitava-se a ação com giz no chão, obrigando as vedetes a vir cantar à frente”.¹⁰⁵ Julio reconheceu

[102] Julio Ferrez, “Escrito por papae”, s.d. [c. 1932], FF:GF 4.1.2.1.1, AN.

[103] O estúdio deve ter ficado ocioso com o fechamento para obras do Cinema-Palace em setembro de 1909.

[104] Publicados na revista *Careta*, em 2 de outubro de 1909, e reproduzidos em: V. P. Araújo, *A bela época do cinema brasileiro*, São Paulo: Perspectiva, 1976, p. 290.

[105] Isso pode ser percebido nos fotogramas mencionados, nos quais são notados quase duas dezenas de artistas em cena, isto é, bem mais que a “meia dúzia de coristas” que o mesmo Julio descreveu em outro depoimento.

ainda a importante parceria com o maestro Costa Júnior para adequar o tempo dos cantos ao da duração máxima dos planos, de acordo com o limite do chassi da câmera (que comportava até 60 metros de negativo, pouco mais de 2 minutos), fazendo ajustes para que cada cena “terminasse num compasso firme”.¹⁰⁶

Outro elemento importante é que, entre 1907 e 1909, a opereta *A viúva alegre*, de Franz Lehár, estreada em Viena em 1905, só havia sido encenada no Brasil em italiano ou alemão. Mas, em 13 de julho de 1909, a peça foi apresentada pela Companhia Galhardo, pela primeira vez em português, traduzida por Artur Azevedo a pedido do empresário Celestino Silva, do Teatro Apolo.¹⁰⁷ *A viúva alegre*, em português, foi um estrondoso sucesso, sendo essa a montagem filmada por Julio Ferrez, o que nos leva a corrigir seu depoimento, pois se tratava de uma companhia portuguesa estrelada não por Auzenda, mas por Cremilda de Oliveira.¹⁰⁸

A viúva alegre foi anunciada como um *film d'art*, pois, tal como os filmes recentemente distribuídos pela Pathé Frères, o cantante do Rio Branco levava às telas o que de melhor havia sido apresentado nos palcos cariocas. O filme entrou em cartaz no cinema de Auler no dia 9 de setembro, quando a peça fazia sua 51ª apresentação no Teatro Apolo, logo dando lugar à montagem de *Sonho de valsa*, opereta de Strauss igualmente filmada por Julio e levada à tela por Auler, ainda em 1909.

No Rio Branco, *A viúva alegre* ocupava um programa inteiro e conheceu enorme sucesso. Julio Ferrez comentou a novidade, em carta datada de 10 de setembro, para José Tous Roca: “Fizemos para o Rio Branco a fita *Viúva Alegre* que tem dado há duas noites colossais enchentes. Por enquanto, os homens ainda querem bem caro pelas cópias e por isso nem é bom falar neste assunto de 800 metros de comprido com coros e duetos”.¹⁰⁹

Estreando apenas num horário noturno, a opereta-cinematográfica *A viúva alegre* passou, posteriormente, a ser apresentada em até cinco sessões diárias,

[106] “Cinema falado”, s.d., FF-JF 2.0.2.1.6, AN.

[107] Brício de Abreu, “A viúva alegre”, *O cruzeiro*, 3 ago. 1957, pp. 94-95. Alex Viany citou essa reportagem em sua história pioneira (A. Viany, *Introdução ao cinema brasileiro*, Rio de Janeiro: Instituto Nacional do Livro, 1959, p. 30).

[108] O sobrenome idêntico das atrizes certamente justifica a confusão de Julio ou talvez de seu filho Gilberto, que tomou esse depoimento muitos anos após os fatos relatados.

[109] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 10 set. 1909, FF:FMF 2.0.1.14, AN.

iniciadas a cada 50 minutos – tendo 800 metros, a projeção do filme durava em torno de 40 minutos, pouco mais longa que *Os estranguladores*.¹¹⁰ A imprensa comentava sobre as filas à frente do cinema, o que motivou, inclusive, a venda de ingressos antecipados para os lugares de 1ª classe das sessões.¹¹¹

O filme produzido por Auler era uma versão filmada, reduzida e apresentada a ingressos mais baratos do maior sucesso teatral daquela temporada no Rio de Janeiro. Os diálogos e canções em português ajudam a entender o alcance popular da *A viúva alegre* do Rio Branco, muito maior do que, por exemplo, a versão cantante da mesma opereta produzida por Leal, Labanca & Cia e lançada no Cinema-Palace algumas semanas antes.¹¹² Até mesmo uma fita cantante em “versão alegre” (erótica) da opereta de Lehár já havia sido produzida e exibida por Paschoal Segreto antes da estreia da produção de Auler. Ao comentar o êxito da montagem no Teatro Apolo, um crítico teatral teceu elogios à versão em português feita por Artur Azevedo: “A tradução da *Viúva Alegre* é um verdadeiro encanto. O público, o grosso público [...], que não é poliglota, ria a perder, conhecendo, enfim, o enredo da *Viúva*”.¹¹³ Talvez, o diferencial fosse que, com a fita cantante do Rio Branco, cantada em português, muito mais espectadores descobriam (e entendiam) a opereta de Lehár.

O fato de se tratar de uma versão cinematográfica condensada da conhecida montagem teatral também pode ser uma chave para entender o seu sucesso. Na crônica “A pressa de acabar”, publicada justamente em 1909, João do Rio refletia sobre a ansiedade do homem moderno de tudo fazer em pouco tempo, que acometia até os espectadores teatrais: “Logo que o último ato chega ao meio, ei-lo nervoso, dando para sair. Para que? Para tomar chocolate depressa. E por que depressa? Para tomar o bonde onde o vemos febril ao primeiro estorvo. Por quê? Porque tem pressa de ir dormir, para acordar cedo, acabar depressa de dormir e continuar com pressa as breves funções da vida breve!”¹¹⁴

[110] Décadas mais tarde, Julio Ferrez contou em depoimento ao filho que o filme tinha “mil e tantos metros” (“Cinema falado”, s.d., FF-JF 2.0.2.1.6, AN).

[111] *Gazeta de Notícias*, 30 set. 1909, p. 6.

[112] Foi o último trabalho de Leal para o Cinema-Palace.

[113] *Gazeta de Notícias*, 10 jul. 1909, p. 4.

[114] João do Rio, “A pressa de acabar”, em *Cinematógrafo: crônicas cariocas*, Rio de Janeiro: ABL, 2009, p. 268. Em crônica de 1919, que comentava a valorização da novidade e o desrespeito dos cariocas pelo passado, o escritor Lima Barreto destacaria, em tom radicalmente diferente do de João do Rio, a mesma pressa característica: “A nossa burguesia republicana é a

A fita cantante *A viúva alegre* provavelmente não era um resumo necessariamente coerente da opereta, mas uma sucessão de “pontos altos”, como geralmente eram as adaptações cinematográficas no “estilo não contínuo” que ainda caracterizava muitos filmes daquela época, geralmente dependentes de instâncias narrativas externas (como as vozes atrás da tela) e do conhecimento prévio do espectador (por exemplo, da trama da opereta).¹¹⁵ A se crer no depoimento de Julio de que o filme foi todo realizado em longos planos, cada um com cerca de 2 minutos de duração, o cantante deveria consistir no encadeamento de cenas completas, talvez relativamente autônomas e intercaladas por cartelas, tal como os conhecidos filmes sobre a Paixão de Cristo.¹¹⁶

Apresentadas em diferentes opções de horário a cada dia, as sessões da opereta-cinematográfica *A viúva alegre* podiam ser mais facilmente incluídas na rotina de um espectador burguês ocupado, impaciente e apressado. O filme cantante estaria plenamente inserido, portanto, na sensibilidade daquele tipo de carioca que João do Rio classificava, não à toa, como *homo cinematographicus*. Desse modo, os filmes cantantes não seriam simplesmente, como aventou Bernardet, “primos pobres de espetáculos teatrais mais ricos e imponentes”, mas podem ser encarados como versões ao mesmo tempo mais populares e modernas do teatro, tal como o cinema seria eventualmente definido por seus defensores.¹¹⁷

mais inepta de todas as burguesias. Não tem gosto, não tem arte, não possui o mais elementar sentimento da natureza. Há nela pressa em tudo: no galgar posições, no construir, no amor, no ganhar dinheiro, etc. Vai, nessa carreira, atropelando, vai matando, vai empurrando tudo e todos” (B. Resende (org.), *Lima Barreto: Cronista do Rio*, Belo Horizonte: Autêntica, Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 2017, p. 85).

[115] Tom Gunning, *D.W. Griffith and the Origins of American Narrative Film: The Early Years at Biograph*, Urbana: University of Illinois Press, 1994, pp. 38-39. Tanto *Os estranguladores*, em 1908, quanto *A viúva alegre*, em 1909, ambos filmes com mais de dois rolos, tinham durações muito maiores do que era comum para os filmes estrangeiros exibidos no Brasil à época, apesar de exceções como *Vida, Paixão e Morte de N. S. Jesus Cristo*, da Pathé, de 1907, que, em sua versão integral, durava mais de uma hora de projeção. Na verdade, até 1910 eram incomuns, em todo o mundo, filmes superiores a 300 metros, o que demonstra a excepcionalidade desses filmes brasileiros. Isso não devia significar, porém, que as fitas nacionais apresentassem características do que Tom Gunning chamou de “cinema de integração narrativa”, já notado por ele nesse período, cujos filmes desenvolviam narrativas autossuficientes, coerentes e completas.

[116] Como será apontado adiante, uma cena de *A viúva alegre* foi, inclusive, reaproveitada no filme cantante *Paz e amor* no ano seguinte.

[117] J. C. Bernardet, *Historiografia clássica do cinema brasileira*, São Paulo: Annablume, 1995, p. 80.

O sucesso de *A viúva alegre*, filmada por Julio Ferrez, fez com que as novidades Pathé ficassem em segundo lugar na programação do Rio Branco. Para competir com tamanho sucesso, quando o cantante de Auler já estava na terceira semana de exibição, o concorrente cinematógrafo Pathé reprisou *A viúva alegre* filmada por Antonio Leal para o Cinema-Palace. A iniciativa mereceu uma imediata resposta de Auler, inicialmente através de duas irônicas cartas anônimas, publicadas nos jornais:

Cinema Pathé,

Achamos extraordinário que um estabelecimento acreditado e estimado do público impinja aos seus frequentadores uma viúva já velha e cheia de rugas, e conhecida em todos os cinemas do Rio e dos Estados.

Se foi para isso que seu Arnaldo foi a Paris, não valia a pena andar atrás dos 20 milhões da Viúva Alegre.¹¹⁸

Cinema Pathé,

Pedimos aos Srs. Figueiredo e Arnaldo, que deixem de exhibir esta conhecidaíssima fita da “Viúva Alegre”, que já passou até no interior.

Uma casa séria não faz isso para embrulhar seus frequentadores amigos e aos que apreciam a Viúva alegre.¹¹⁹

Nos anúncios do Rio Branco, porém, foi incluído um “aviso ao público” muito mais explícito e agressivo, que informava:

Tendo surgido de todos os cantos várias “Viúvas alegres”, a empresa previne ao público incauto que a única com coros, solos e grande orquestra – posada pela companhia portuguesa que trabalha no teatro Apolo, é a que se exhibe exclusivamente no cinema Rio Branco, do qual se tirou um exemplar para este estabelecimento e outro que seguiu para Lisboa [...]. Aos incautos: A viúva alegre exibida por esta empresa não tem semelhança nem se parece com estas “drogas” que por aí, exploradores sem critério artístico exibem com igual título.¹²⁰

[118] *O Paiz*, 27 set. 1909, p. 7. Arnaldo Gomes de Souza estava em viagem pela Europa nessa ocasião, retornando somente dia 31 de outubro.

[119] *Gazeta de Notícias*, 28 set. 1909, p. 6.

[120] *O Paiz*, 27 set. 1909, p. 8.

O grande apelo da fita cantante *A viúva alegre* do cinema Rio Branco, no segundo semestre de 1909, revelava uma alternativa para os exibidores se destacarem frente aos concorrentes. Aparentemente, isso motivou, inclusive, alterações nas relações entre exibidores e cinegrafistas. Em sua pioneira história do cinema brasileiro, Paulo Emílio Sales Gomes definiu como marca do período de aumento da produção local, entre aproximadamente 1907 e 1911, a “solidariedade de interesses entre fabricantes de filmes nacionais e o comércio local de cinema”.¹²¹ Mas quem eram esses “fabricantes de filmes nacionais”? Para o período inicial, entre 1907 e 1908, o tratamento do conjunto de realizadores cinematográficos como se eles já formassem algum tipo de classe profissional é anacrônico, conferindo-lhes uma unidade e identidade que, diferentemente dos exibidores (os “proprietários de cinematógrafos” como a imprensa os chamava), eles aparentemente não possuíam ainda. O próprio termo “operador”, utilizado para se referir aos cinegrafistas, era o mesmo que descrevia os projetoristas, revelando uma identidade ainda em construção e disputa.¹²² Mais que “solidários”, nesses primeiros meses após o advento das salas fixas os profissionais responsáveis pela realização das fitas nacionais, quase todas naturais e de atualidades, eram, em geral, *sócios* das empresas exibidoras (como Julio Ferrez do cinematógrafo Pathé ou Antonio Leal do Cinema-Palace) ou *empregados* delas (Alberto Botelho da Empresa F. Serrador ou Emílio Guimarães da Empresa Paschoal Segreto).¹²³

Entretanto, essa situação começou a mudar no segundo semestre de 1908, quando Julio Ferrez, por exemplo, filmou os cantantes para a William & Cia como um profissional contratado. O acordo entre eles, após a realização dos

[121] P. E. S. Gomes e A. Gonzaga, *70 anos do cinema brasileiro*, Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1966, p. 19.

[122] Trinta anos depois, a legislação brasileira ainda precisava especificar quando um operador era um cinegrafista e não projetorista, ao designar o primeiro como “operador cinematográfico de tomada de vistas (*camera man*)”. (Decreto-Lei n. 1.949, de 30 de dezembro de 1939, art. 48. Dispõe sobre o exercício da atividade de imprensa e propaganda no território nacional e dá outras providências. *Diário Oficial da União*: Seção 1 – Suplemento, 30 dez. 1939, p. 39. Disponível em <<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decllei/1930-1939/decreto-lei-1949-30-dezembro-1939-412059-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em 26 set. 2021).

[123] É também o caso do pioneiro cinegrafista paranaense Annibal Requião, proprietário do cinema Smart, inaugurado em Curitiba em junho de 1908, onde eram exibidos os filmes de atualidade que ele próprio realizava. Ver Solange Straub Stecz e Elizabeth Karam, “Com Annibal Requião, nasce o cinema no Paraná”, em Celina do Rocio e outros, *Cinema Brasileiro: 8 estudos*, Rio de Janeiro: Embrafilme e Funarte, 1980, pp. 89-107.

primeiros filmes, foi descrito em documento com papel timbrado da empresa do cinematógrafo Rio Branco, datado de 27 de outubro de 1908: “Fica acordado que Vs. Ss nos fornecerão duas (2) fitas falantes por semana, a razão de dois mil e quinhentos réis (Rs. 2\$500) ao metro, fazendo-nos entrega de uma cópia e do respectivo negativo. As novas cópias que, por ventura, nos sejam necessárias nos serão fornecidas a razão de mil e quinhentos (Rs. 1\$500) ao metro”.¹²⁴

Não sabemos se o acordo se efetivou nas condições descritas nesse documento, mas ele dá a entender que, para um filme cantante curto, de 60 metros, Julio Ferrez receberia o valor de 150\$000 réis, arcando ele mesmo com as despesas de negativo virgem e revelação, além de utilizar seu próprio equipamento de filmagem.¹²⁵ Não era um pagamento tão vultoso, mas considerável, se lembrarmos que o risco do negócio era todo da William & Cia (responsável também pelos artistas) e que Julio filmou, talvez, uma dezena de filmes cantantes curtos entre 1908 e 1909.

Se esse tipo de contrato entre um exibidor-produtor e um cinegrafista, baseado no pagamento por filme produzido, ainda era exceção em 1908, com o sucesso crescente das fitas nacionais, sobretudo os novos filmes posados e de reconstituição, assim como a demanda de exibidores por conteúdo exclusivo, isso começou a se transformar.

Num relato de Emílio Guimarães feito exatamente em 1909, o cinegrafista dava a entender que, a partir de 1905, conjuntamente com Antonio Leal e Joseph Arnaud, ele passou a realizar filmagens no Rio de Janeiro de forma mais sistemática. Revendo o passado a partir daquele ponto de vista, os três teriam começado, em suas palavras, “a indústria nacional, de fabricação de filmes brasileiros”.¹²⁶ Essa “indústria” só poderia começar a fazer algum sentido jus-

[124] Carta de William Auler para Marc Ferrez & Filhos, Rio de Janeiro, 27 out. 1908, FF:FMF 2.O.1.2.4, AN.

[125] Em 1911, a MF&F importava filme virgem da Pathé Frères por 40 centavos de franco o metro. Baseado nesse valor, o custo com negativo virgem para um filme de 60 metros era de 15 mil réis, isto é, 10% do valor recebido pelo serviço. As cópias também podiam ser enviadas pelos Ferrez à Pathé Frères para serem coloridas em Paris.

[126] “Uma chantage”, *Gazeta de Notícias*, 5 mar. 1909, p. 2. Em 1912, alguns anos depois de ter rompido com Antonio Leal, Emílio Guimarães conferia somente para si o crédito dos trabalhos que fizera em conjunto com o antigo companheiro: “Na qualidade de artista fotógrafo, foi talvez o primeiro no Brasil que iniciou a tiragem de fitas; antes mesmo da existência de cinemas permanentes, já se dedicava à foto-cinematografia. A primeira fita foi tirada em 1905,

tamente no ano desse relato, 1909, quando já havia um número significativamente maior de cinegrafistas em atividade, particularmente no Rio de Janeiro e em São Paulo, além de Guimarães, Leal e Arnaud: não apenas Julio Ferrez e os irmãos Alberto e Paulino Botelho, como outros ainda hoje pouco conhecidos dos historiadores, incluindo projecionistas como Carlos Fiengo e Luiz Braga. Passava a haver, inclusive, maior mobilidade desses profissionais em comparação com a situação anterior, com o rompimento de algumas sociedades e vínculos empregatícios citados.

Em agosto de 1909, por exemplo, a sociedade Leal, Labanca & Cia se desfez. Anos mais tarde, Leal alegaria que deixou a empresa após descobrir que parte dos lucros vinham sendo desviados para o negócio do jogo do bicho de Labanca, cujas contravenções eram de conhecimento público (figuras 10 e 11).¹²⁷

sendo assunto as demolições para as obras da grande Avenida Central” (Alice Dubina Trusz, “Emílio Guimarães: as múltiplas identidades de um produtor de imagens no Brasil dos anos de 1910”, *Significação*, n. 36, 2011, p. 64).

[127] No jornal humorístico *Rio Nu*, um diálogo fictício mostrava a associação de Guiseppe Labanca ao jogo do bicho, com referências a Cunha Sales, pioneiro em negócios envolvendo filmes e jogos de azar:

- [...] A qual cinema foi ontem?
- Ao do Palacio, em que um tal José Labanca...
- Lá banca... o “bicho”?
- Não senhora; em que o tal dito-cujo é operador.
- Sim, já sei... cirurgião-dentista, médico-parteiro... alveitar [*veterinário prático*]... é tudo...
- E mais alguma inda por riba...

As alegações de Leal – de que “negócios pouco lícitos explorados por um dos sócios” forçaram sua saída da empresa – ainda precisam ser melhor discutidas. Talvez tenha havido receio de Leal pela associação de sua imagem à de Labanca. Diferentemente de outros empresários cinematográficos que tentaram construir uma imagem de respeitabilidade, por exemplo, se mudando para os bairros mais abastados da cidade, Labanca continuou vivendo na região da Cidade Nova, habitada por afrodescendentes e imigrantes pobres que buscavam alugueis baratos e próximos do centro. Apesar de ter outros negócios, como restaurantes, cavalos de corrida e hotéis, Labanca e seus vários familiares (como Domingos e Eugenio Labanca) permaneceram explorando e sendo associados ao jogo. Na revista teatral *Garanto a zona*, encenada pela companhia de Paschoal Segreto, em 1917, e cujo tema era o jogo do bicho, o principal personagem era um bicheiro chamado “Alavanca”, óbvia referência à família. Guiseppe Labanca chegou a ser preso em 1921, e foi entrevistado na cadeia por Orestes Barbosa, como o jornalista contou em seu livro *Bambambã!*, publicado em 1923. Labanca foi solto, mas já estava envolto em dívidas. O “lendário banqueiro do Largo de São Francisco e da rua do Ouvidor” faleceu decadente (aparentemente abandonado por seus ex-sócios), em 1926, um ano após o choque com a morte

A Photo-Cinematographia Brasileira, então somente de Labanca, ainda produziu outros filmes no estúdio da rua dos Inválidos, no segundo semestre de 1909, após a saída de Leal, como *Inês de Castro* e *Aventuras de Zé Caipora*, agora filmados por Emílio Silva, que fora cenógrafo nas produções anteriores e “braço direito de Leal”.¹²⁸ Como vimos, o estúdio de Labanca também passou a ser usado ainda para outros filmes, como *A viúva alegre* filmada por Julio Ferrez para o Rio Branco.

Enquanto isso, Antonio Leal, ex-sócio de Labanca, passou a fazer filmes posados, por exemplo, para o cinema Carioca, e Joseph Arnaud para o Cinema-Teatro. Através de uma carta, de 20 de setembro de 1909, sabemos que Julio Ferrez já atuava como cinegrafista autônomo não apenas para William & Cia, do Rio Branco. Nessa correspondência, Julio relatava ter filmado sob encomenda para Zambelli & Cia, do cinema Odeon, com outros dois operadores, uma corrida de automóveis realizada no dia anterior, em São Gonçalo: “Fizemos o trabalho a contrato com o [cinema] Odeon que de seu lado fez contrato de publicidade com os agentes dos carros vencedores”.¹²⁹

prematura de seu primogênito e, pouco depois, de sua esposa. Conforme Felipe Magalhães, “provavelmente os Labanca formaram a primeira família de banqueiros de bicho, estando envolvidos com esta prática por mais de três décadas”. O romance *Os bicheiros*, publicado por Eugênio Currivo Cavalcante, em 1940, retratou, sob a forma de ficção, os primeiros exploradores do jogo do bicho no Rio de Janeiro, trazendo personagens de imigrantes italianos pobres e ignorantes que enriqueciam subitamente, supostamente inspirados em figuras reais, como Pascoal Tamurro (Segreto), José Labantosso (Labanca) ou Francisco Amanuense (Cunha Sales). Ver A.B. Surdo, Cavaquinhos, *Rio Nu*, 4 set. 1909, p. 2; V. P. Araujo, *A bela época do cinema brasileiro*, São Paulo: Perspectiva, 1976, p. 304; Antonio Leal, s.d. Arquivo Pedro Lima, APL-PT/1, Cinemateca Brasileira; A. Leal. “As grandes indústrias: ‘films’”, *Gazeta de Notícias*, 19 dez. 1915, p. 2; F. Chiaradia, *A companhia do Teatro São José: a menina-dos-olhos de Paschoal Segreto*, São Paulo: Hucitec, 2012, p. 120; Orestes Barbosa. *Bambabã!*, 2 ed. Rio de Janeiro: Secretaria Municipal de Cultura, 1993, pp. 71-73; Felipe Santos Magalhães, *Ganhou leva... do vale o impresso ao vale escrito: uma história social do jogo do bicho no Rio de Janeiro (1890-1960)* (tese), UFRJ, 2005, p. 103; Rafael Monte, “Os bicheiros”, *Pessoa*, 11 fev. 2014. Disponível em <<https://www.revistapessoa.com/artigo/1168/os-bicheiros>>. Acesso em 30 jul. 2021.

[128] O Cinema-Palace, porém, fechou no início de 1910. De fato, Leal diria que, após sua saída, a empresa “não conseguiu viver por mais de seis meses”. Emílio Silva, por sua vez, passou a filmar para o cinema Soberano. Ver A. Leal, “As grandes indústrias: ‘films’”, *Gazeta de Notícias*, 19 dez. 1915, p. 2; P. E. S. Gomes e A. Gonzaga, *70 anos de cinema brasileiro*, Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1966, p. 24.

[129] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 20 set. 1909, FF:FMF

No final daquele mesmo ano de 1909, em meio à disputa crescente também no campo da produção de fitas nacionais, Auler continuou na liderança ao dar um passo adiante, encomendando um texto original ao jornalista José do Patrocínio Filho (sob o pseudônimo de Antonio Simples) para ser encenado exclusivamente para a filmagem de um cantante. Não se tratava mais do registro de uma montagem teatral prévia, como também haviam sido *A Geisha* e *Sonho de valsa*, ambos filmados por Julio Ferrez e lançados ainda naquele ano. Escrita em fins de 1909, a revista cinematográfica *Paz e amor* superou, em 1910, o enorme sucesso anterior de *A viúva alegre*. Mas *Paz e amor* também marcou a separação de Julio Ferrez e Auler, tendo sido filmado por Alberto Botelho, em outro exemplo das mudanças citadas.¹³⁰

O auge dos cantantes: *Paz e amor* e o filme esquecido de Lima Barreto

Foi em 25 de abril de 1910 que o cinematógrafo Rio Branco estreou a aguardada e fartamente anunciada fita cantante *Paz e amor*, “posada pela trupe deste cinema”.¹³¹ Através de uma trama fantasiosa, o filme fazia uma crônica musicada

2.0.1.14, AN. Sobre o circuito de São Gonçalo e suas filmagens ainda preservadas, ver C. A. Giacomo, *Espectadores em trânsito: identificação, imersão e distinção no Rio de Janeiro do início do século XX* (dissertação), USP, 2019, pp. 43-83.

[130] No caso de *A viúva alegre*, com seus 800 metros de extensão, o pagamento de Julio Ferrez, se mantidas as condições descritas no documento de 1908, teria sido de 2 contos de réis. Uma excelente remuneração, mas pouco, é claro, em comparação com o lucro de centenas de contos de réis que o cinematógrafo Rio Branco auferiu com o filme. Julio Ferrez falou sobre *A viúva alegre* em depoimento ao filho: “Sucesso constante durante mais de um ano. A firma fez uma fortuna e eu ganhei simplesmente meu trabalho”. Não sabemos as razões do rompimento posterior entre Auler e Julio Ferrez. Por um lado, podemos aventar uma possível animosidade criada pela rixa entre o cinematógrafo Rio Branco e o cinematógrafo Pathé na ocasião da exibição de *A viúva alegre*, como já mencionado. Além disso, a trupe do Rio Branco fez uma turnê por Santos e São Paulo, entre dezembro de 1908 e janeiro de 1909, tendo apresentado seus cantantes nos cinemas da Empresa F. Serrador. Pode ter sido nessa ocasião que Auler travou contato com Alberto Botelho, então operador de Francisco Serrador, o que poderia ter motivado seu retorno ao Rio de Janeiro.

[131] Frase presente no programa do cinema Rio Branco reproduzido em: C. E. Pereira, *A música no cinema silencioso no Brasil*, Rio de Janeiro: Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, 2014, p. 51.

e bem-humorada sobre os acontecimentos políticos e sociais do Brasil, reproduzindo, em seu título, o lema do governo de Nilo Peçanha, vice-presidente que assumiu o poder com a morte de Afonso Pena, em junho de 1909, no final de seu mandato. Por esse motivo, a polícia exigiu da empresa do cinema Rio Branco uma exibição prévia do filme antes de sua estreia. A ordem para que a polícia assistisse ao filme antes de “ser entregue à curiosidade pública” teria vindo do próprio presidente, sendo a fita examinada pelo 2º delegado auxiliar. Não teria havido, porém, censura.¹³²

Embora Nilo – alvo de intenso deboche pela imprensa – fosse parodiado através da figura do Rei Olin I, que governava o Reino da Lua onde o filme-revista se passava (à imagem e semelhança do Rio de Janeiro), ele não era o principal foco das atenções do filme. Elas eram divididas, por exemplo, com os candidatos à recente e acirrada eleição para presidente disputada pelo advogado baiano Ruy Barbosa e pelo militar gaúcho Hermes da Fonseca – vencida no mês anterior à estreia do filme pelo segundo.¹³³

Além disso, o *compère* ou compadre de *Paz e amor* – o personagem que, como uma convenção do gênero revista, conduzia a ação e ligava os diversos quadros¹³⁴ – era o Coronel Tibúrcio Porfírio da Anunciação, “popularíssimo” colaborador fictício da revista *Careta* e autor da coluna “cartas de um matuto”. Tibúrcio era um fazendeiro rico, coronel da guarda nacional, mas interiorano e inculto. Natural da também fictícia Sant’Anna do Rio Abaixo, em Minas Gerais, relatava na correspondência aos parentes (escrita numa linguagem que reproduzia a suposta oralidade caipira) suas reações e impressões sobre as novidades, costumes e modismos na capital federal.

Na trama de *Paz e amor*, em diálogo intermediático com a imprensa, Tibúrcio chegava de visita à cidade governada por Olin, sendo então conduzido por diferentes lugares – a avenida Central, a praça da República e o largo de São

[132] *O Século*, 25 abr. 1910, p. 1.

[133] O mais completo resumo da trama do filme está em: Raimundo Magalhães Júnior, *O fabuloso Patrocínio Filho*, 2 ed., São Paulo: Lisa, 1971, pp. 47-54. Ver também: V. P. Araújo, *A bela época do cinema brasileiro*, São Paulo: Perspectiva, 1976, pp. 331-335; *Jornal do Commercio*, 24 abr. 1910, p. 11.

[134] Sobre o compadre: “Aglutinador, apresentador, comentarista, dançarino, cantor, bufão, contador de piadas, ele atravessa a revista de ponta a ponta como a costurar os diversos quadros, cristalizando a dinâmica do pacto com a plateia, característica própria do teatro popular” (Neyde Veneziano, *O teatro de revistas no Brasil: dramaturgia e convenções*, Campinas: Pontes, 1991, p. 117).

Francisco – onde encontrava os mais curiosos e típicos personagens cariocas. Tal como os filmes *Nhô Anastácio chegou de viagem* e *Só Lotero e Nhá Ofrásia com seus produtos na exposição* ou as próprias “Cartas de um matuto” da *Careta*, o cantante Paz Amor explorava o contraste entre o campo e a cidade através do mote da visita de um interiorano à região central da moderna e remodelada capital federal.

Não há consenso sobre quem seria(m) o(s) autor(es) de “Cartas de um matuto” – há quem suspeite, inclusive, de José do Patrocínio Filho e Lima Barreto –, embora os textos, provavelmente, tenham sido resultado de um trabalho colaborativo entre diversos membros da redação de *Careta*.¹³⁵ Nas páginas da revista, além de assinar as “Cartas de um matuto”, Tibúrcio também vinha sendo representado em ilustrações (e até fotografias) como se fosse um personagem real, sendo ironicamente lançado, inclusive, candidato a deputado federal nas eleições de 1909. Nessas imagens, ele era sempre apresentado com o mesmo figurino – chapéu de fazendeiro, botinas, calça xadrez e paletó escuro largos e descombinados –, mas principalmente com a mesma aparência: a de um homem negro de barba grisalha (figura 12). O compadre era, geralmente, o comentarista da revista, sendo o personagem através do qual o autor falava. Em *Paz e amor*, o negro Tibúrcio falava por um autor negro: o filho homônimo do jornalista, político e ativista José do Patrocínio (1853–1905), considerado o patrono da abolição da escravatura no Brasil. No filme escrito por José do Patrocínio Filho (1885–1929), porém, Tibúrcio da Anunciação foi interpretado pelo cômico Luiz Bastos ou Bastinhos, um ator branco, o que diz muito dos limites impostos pelo racismo presente desde os primórdios do cinema brasileiro (figura 13).¹³⁶

[135] No texto “Tibúrcio D’Anunciação e as Cartas de um Matuto publicadas na revista *Careta*: investigação sobre os autores”, o pesquisador Sérgio Barcellos Ximenes aposta em Viriato Correia, Mário Behring, Aristides Rabelo e Mário Brant. Disponível em <<https://bityli.com/v1LBL>>. Acesso em 26 set. 2021.

[136] Conforme Martha Abreu, nos espetáculos teatrais no Brasil das primeiras décadas do século 20, não era incomum atores brancos e mestiços interpretarem papéis de negros com os rostos pintados (*blackfaces*), sendo, em geral, negado espaço para atores negros e limitado para os mestiços. Antonio Herculano Lopes apontou como o projeto de criação de um teatro brasileiro no século 19, após a independência do país, mas num contexto da sociedade mais europeizada após a vinda da corte portuguesa, exigiu a rejeição do passado, quando não fora incomum a presença de atores mulatos nos palcos: “Como a escravidão ainda vigia, era importante apagar qualquer traço de cultura negra na formação de uma arte nacional. Para candidatos ao estrelato de pele escura, o resultado foi devastador”, especialmente para os atores dramáticos, apesar de maior tolerância para atores cômicos (Martha Abreu, *Da senzala*

Paz e amor tinha metragem superior ou igual à de *A viúva alegre*, sendo exibido em sessões de 60 minutos de duração. Como as revistas teatrais dessa época, o filme cantante era formado por quadros relativamente autônomos de esquetes e canções, unidos por uma ideia geral. Para atingir essa extensão, o filme reaproveitava uma cena de *A viúva alegre* (uma de suas árias de maior sucesso) e se encerrava com uma “apoteose” composta por filmagens naturais da entrada do encouraçado Minas Gerais à baía de Guanabara, navio de guerra que já tinha sido objeto de inúmeros filmes de atualidade.¹³⁷

A pesquisadora Rielle Navitski analisou como o filme *A mala sinistra*, produção de 1908 da Photo-Cinematographia-Brasileira, já se encerrava com uma apoteose alegórica espetacular intitulada “A virtude esmaga a calúnia”. Conforme Navitski, a apoteose de *A mala sinistra* não apenas representava a importação de uma prática comum dos espetáculos teatrais, como dava uma conclusão de caráter ideológico e moral àquela reconstituição cinematográfica de um crime bárbaro cometido no coração da moderna capital federal.

O mesmo parece ter ocorrido em *Paz e amor*, cuja apoteose era igualmente colorida como a de *A mala sinistra*, sendo descrita em tons ufanistas pela imprensa: “A revista termina com uma apoteose à nossa marinha de guerra, na figura do couraçado Minas Gerais, sulcando impávido o oceano, na sua viagem da Ilha Grande até esta capital”.¹³⁸ A recente chegada à capital do navio de guerra Minas Gerais, construído na Inglaterra por encomenda do governo brasileiro, representava a modernização da marinha nacional e a transformação do país em uma potência naval, já que tornava o Brasil o terceiro país do mundo a ter um navio blindado e armado desse porte.¹³⁹

Portanto, a apoteose de *Paz e amor* pode ser vista como uma elegia patriótica que se contrapunha aos comentários irônicos e críticos sobre as mazelas

ao palco: canções escravas e racismo nas Américas, 1870–1930, Campinas: Editora Unicamp, 2017, ebook; Antonio Herculano Lopes, “Vem cá, mulata!”, *Tempo*, v. 13, n. 26, jan. 2009, pp. 85–86).

[137] R. Magalhães Júnior, *O fabuloso Patrocínio Filho*, 2 ed., São Paulo: Lisa, 1971, pp. 50–51.

[138] *Correio da Manhã*, 26 abr. 1910, p. 2. Antes de *Paz e amor*, a fita *A viúva alegre* já tinha sido colorida “nos ateliers da Pathé Frères” (*O Paiz*, 6 abr. 1910, p. 12).

[139] O Minas Gerais foi ainda o primeiro navio de guerra cujo controle foi tomado por marinheiros amotinados, em protesto contra o racismo e maus tratos, na chamada Revolta da Chibata, em novembro de 1910, poucos meses após a estreia de *Paz e amor*. Classe Minas Gerais, em *Wikipédia*, Flórida: Wikimedia Foundation, 2021. Disponível em <https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Classe_Minas_Geraes&oldid=61169576>. Acesso em 17 maio 2021.

sociais e políticas brasileiras do restante do filme, tal como era comum nas revistas teatrais. Sua função ideológica, em relativa contraposição ao conteúdo da fita, tal como se dava com *A mala sinistra*, também servia como uma necessária defesa moral. Afinal, como um jornal destacou, o filme tinha “charges políticas, que embora em nada ofensivas, foi quase cortada [sic] pela polícia”.¹⁴⁰ Ainda que possuíssem funções semelhantes, havia diferenças básicas: *A mala sinistra* era um filme sobre um crime real encerrado com uma apoteose alegórica posada, enquanto *Paz e amor* era uma revista posada encerrada com uma apoteose alegórica composta de filmagens naturais.

Como outros autores já apontaram, *Paz e amor* fez um sucesso extraordinário na cidade do Rio de Janeiro, superior a qualquer outro filme, brasileiro ou estrangeiro, antes dele. Ficou em cartaz durante várias semanas no Rio Branco, com grande afluência do público, até que um incêndio, no dia 7 de julho, destruiu o cinema da empresa William & Cia. Mas a cópia do filme foi salva e, assim, a trupe do Rio Branco continuou se apresentando em outros cinemas no Rio de Janeiro e em Niterói, chegando a 1.175 exhibições na capital federal e, certamente, ultrapassando a marca de 180.854 espectadores atingida por *A viúva alegre*.¹⁴¹ O filme-revista excursionou por outras cidades, sempre com sucesso, sendo representado, inclusive como peça teatral, nos anos seguintes.

Após o incêndio do Rio Branco, foi no Pavilhão Internacional, de Paschoal Segreto, arrendado pela William & Cia, que, em 10 de outubro de 1910, a empresa de Auler estreou a revista paródica *O Chantecler*, novamente filmada por Alberto Botelho. O cantante também era baseado em texto inédito, dessa vez de Alberto Moreira, com grande semelhança a *Paz e amor*, inclusive trazendo novamente o Coronel Tibúrcio da Anunciação como compadre e se encerrando mais uma vez com uma “linda apoteose” no Minas Gerais, agora “tirada a bordo” do encouraçado.¹⁴²

No dia seguinte, 11 de outubro, o cinema Soberano estreou seu primeiro filme cantante, *O Rio por um óculo*, filmado por Emílio Silva. E no dia 13 de outubro, foi aberto o cinema Chantecler, da Empresa F. Serrador, inaugurado

[140] *A Imprensa*, 26 abr. 1910, p. 3.

[141] R. Magalhães Júnior, *O fabuloso Patrocínio Filho*, 2 ed., São Paulo: Lisa, 1971, p. 76; J. I. M. Souza, *Imagens do passado: São Paulo e Rio de Janeiro nos primórdios do cinema*, São Paulo: Senac, 2004, p. 291.

[142] V. P. Araújo, *A bela época do cinema brasileiro*, São Paulo: Perspectiva, 1976, p. 347.

com a fita cantante *O cometa*, de Raul Pederneiras, filmada por Julio Ferrez, novamente no estúdio de Labanca na rua dos Inválidos.¹⁴³ O título do cantante de Auler e da sala de exibição de Serrador faziam referência à recente peça “Chantecler”, do célebre autor francês Edmond Rostand.¹⁴⁴ A imprensa notou que três cantantes estavam ao mesmo tempo em cartaz no Rio de Janeiro, em diferentes salas, e todos com sucesso de público.

Embora o cantante *O Rio por um óculo*, produzido e exibido pela empresa do cinema Soberano (posteriormente renomeado como Íris), não tenha recebido maior atenção dos pesquisadores até hoje, ele tem uma particularidade jamais destacada anteriormente. Seu autor foi o escritor negro Afonso Henriques de Lima Barreto (1881–1922).¹⁴⁵

Apesar dessa autoria aparentemente surpreendente, as explicações para isso são perfeitamente plausíveis. Depois da filmagem de montagens teatrais como *A viúva alegre*, a realização de *Paz e amor* deu início à prática da encomenda de um texto original para ser especialmente encenado diante das câmeras. Se o cinema vinha sendo visto como um adversário do teatro, ele passou a ser uma alternativa de trabalho para seus profissionais, inicialmente atores e músicos (que dublavam e musicavam os filmes atrás da tela), mas logo também para os autores. Sob o pseudônimo de Antonio Simples, José do Patrocínio Filho escreveu a revista *Paz e amor*, motivando seu biógrafo a dizer, usando anacronicamente o moderno termo em inglês para roteiro, que ele foi o autor do “primeiro *script*

[143] A informação sobre o uso do estúdio provém de anotações de Adhemar Gonzaga, provavelmente de entrevista com Raul Pederneiras (Arquivo Cinédia).

[144] O autor de *Cyrano de Bergerac* vinha escrevendo há anos sua nova peça, que estreou no início de 1910, em Paris, com enorme repercussão e polêmica. Parodiando a peça francesa toda estrelada por animais de uma fazenda, o filme cantante escrito por Alberto Moreira fazia troça com o senador Pinheiro Machado, apelidado pela imprensa com o nome do galo orgulhoso e vaidoso que estrelava a fábula de Rostand. Principal articulador da vitoriosa campanha para presidência de Hermes da Fonseca, o senador teria ganho o apelido de Chantecler porque “na rinha política”, ele cantava de galo (*Fon Fon*, v. 4, n. 12, 19 mar. 1910, p. 15). Uma charge destacou a confusão entre o galo da peça de Rostand e a marca da Pathé Frères, presente nos créditos dos filmes da fábrica francesa, ao mostrar o desenho de um casal com a legenda: “Vamos ao cinematógrafo ver o Chantecler. Dizem que ele aparece no fim das fitas...” (*Fon Fon*, v. 4, n. 17, 23 abr. 1910, p. 4).

[145] Nada consta sobre a experiência cinematográfica de Lima Barreto nas duas principais biografias do escritor: Francisco de Assis Barbosa, *A vida de Lima Barreto*, 11 ed., Belo Horizonte: Autêntica, 2017; Lília Moritz Schwarcz, *Lima Barreto: triste visionário*, São Paulo: Companhia das Letras, 2017.

feito por um escritor nacional diretamente para o cinema”.¹⁴⁶ Mas, realmente, o sucesso de *Paz e amor* fez com que exibidores concorrentes copiassem esse modelo e outros escritores também se aventurassem na nova seara.

Quando *O Rio por um óculo* estreou, já havia um ano que Lima Barreto tinha publicado seu livro de estreia, o polêmico *Recordações do escrivão Isaías Caminha*, pelo qual o escritor foi notado como um novo e provocador talento literário, embora rejeitado pelas mais prestigiadas instituições da época. Aos 29 anos, órfão de mãe e com o pai aposentado por doença, Lima era arrimo de sua família, que passou a viver no subúrbio do Rio de Janeiro. Ele já tinha abandonado o curso de engenharia na Escola Politécnica e o sonho paterno de ter um doutor na família. A partir de 1903, passou a sobreviver como pequeno funcionário público, embora ainda mantivesse a carreira paralela nas letras. Também já tinha sido editor de pequenas revistas e trabalhado em grandes veículos como o jornal *Correio da Manhã* e o semanário *Fon Fon*. Aparentemente, Lima acompanhava o cinema com interesse, embora não tenha escrito diretamente sobre a novidade até então, como o fizeram Artur Azevedo ou João do Rio.¹⁴⁷

Não há muitas informações sobre a trama da “revista fantástica” *O Rio por um óculo*, encenada pelo ator A. Barbosa, filmada pelo também cenógrafo Emílio Silva e musicada pelo maestro Paulino Sacramento. Através da imprensa, é possível saber que se tratava de uma revista cômica e musical em um prólogo e três atos, encenada por 39 atores, entre homens e mulheres do elenco do cinema Soberano, pertencente à empresa L. Gonçalves & Cia, e encerrada com uma apoteose alusiva e política.¹⁴⁸

Uma crítica do *Jornal do Brasil* elogiava o filme:

[146] R. Magalhães Júnior, *O fabuloso Patrocínio Filho*, 2 ed., São Paulo: Lisa, 1971, p. 50.

[147] *Floreal*, revista dirigida por Lima Barreto, publicou em seu primeiro número uma análise do artigo “O cinematographo”, do francês Remy de Gourmont, assinada por Antonio Noronha Santos, certamente lida por Lima: “Estas considerações de R. Gourmont induzirão muita gente a olhar com menos desprezo o cinematógrafo. Quem sabe o papel que está reservado à literatura cinematográfica, se assim pode ser chamada?” (*Floreal*, v. 1, n. 1, 25 out. 1907, pp. 34-35). Há diversas menções ao cinema, geralmente críticas, em crônicas posteriores de Lima Barreto. Em “Amor, cinema e telefone”, publicada na *Careta*, em 1920, o autor confessava que “desde muito que não vou a cinematógrafos”, dando a entender, por outro lado, que anteriormente o frequentava mais assiduamente (B. Resende (org.), *Lima Barreto: Cronista do Rio*, Belo Horizonte: Autêntica, Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 2017, p. 112).

[148] *Jornal do commercio*, 12 out. 1910, p. 5

O entrecho é bem feito, leve e bastante espirituoso, sendo apanhados, em flagrante, vários tipos em destaque na política e na imprensa, fatos dos quais se tem ocupado os jornais e são aproveitados com grande felicidade.

[...] A música é leve, aproveitada de trechos populares: os versos são bons e entre outros atores de destaque empresta grande realce ao “film” a “divete” da opereta, sra. Carmen Ruiz.

Os cenários e vestuários são interessantes.¹⁴⁹

Juntando nacos de informações, é possível descrever, minimamente, a estrutura de *O Rio por um óculo*. O compadre da revista seria “um dos nossos mais festejados homens de letras, da Academia, e jornalista”, certamente um dos “grandes nomes” sempre atacados por Lima Barreto. Esse personagem provavelmente era apresentado já no primeiro quadro, ironicamente intitulado “Levitas do Alcorão”.¹⁵⁰

Os dois quadros seguintes, “Esportes modernos” e “A ginástica nacional”, talvez fossem oportunidades de satirizar o futebol ou o remo, alvos de implicância constante de Lima Barreto. Por outro lado, também poderia ser o momento de zombaria com o colunismo social, nosso esporte nacional, com a menção à coluna “Binóculo”, de Figueiredo Pimentel, que, certamente, também tinha relação

[149] *Jornal do Brasil*, 11 out. 1910, p. 10.

[150] Misturando termos ligados ao cristianismo e ao islamismo, “Levitas do Alcorão” é uma expressão usada em discurso proferido, em 1907, pelo senador Pinheiro Machado. A expressão foi motivo de zombaria por vários de seus adversários, incluindo Ruy Barbosa, que assim se referiu a ela em 1914: “Toda a gente riu quando um político da escola da letra sem o espírito, das formas sem a realidade, concebeu os ‘Levitas do Alcorão’. O autor não calculava o que dizia; mas a fórmula era, inconscientemente, genial. Nessa locução esdrúxula e desconchavada, está, em resumo, todo o republicanismo brasileiro da nossa atualidade. Os Levitas do Alcorão são os grandes estadistas ‘da mais civil das Repúblicas’, os membros de um sacerdócio, que tem a direita no livro de Moisés e a esquerda no de Maomé, uma oração para Deus e outra para Alá, um olho em Roma e outro em Meca, um lado com a verdade, o outro com a mentira” (Alberto Venâncio Filho, “Prefácio”, em Rui Barbosa, *Trabalhos Jurídicos*, Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 1989, p. xvii). Nunca é demais recordar que o então poderoso senador Pinheiro Machado foi o grande articulador da eleição de Hermes da Fonseca para presidente, em 1911, disputada com o mesmo Ruy Barbosa, cuja “campanha civilista” engajou o próprio Lima Barreto. O escritor talvez tivesse adotado a expressão de Pinheiro no quadro inicial de *O Rio por um óculo* como mote para ironizar, como de hábito, a pretensa erudição de alguns dos célebres literatos brasileiros ou talvez os “hermistas” que apoiaram o candidato militar.

com o “óculo” do título do filme. Pimentel já tinha sido retratado ironicamente por Barreto em *Recordações do escrivão Isaías Caminha* através do personagem Florêncio, e também em *Paz e amor*, caricaturado como Fifi, sempre cercado de senhoras e senhoritas que o bajulavam em troca de um elogio em sua coluna.¹⁵¹

Em seguida, vinham os quadros “Os clubes carnavalescos” (com referência aos Fenianos, Democráticos e Tenentes do Diabo) e “Ocultismo e cavações” (sobre Múcio Teixeira e seu consultório de magia). Os quadros “Pelo óculo” e “Viagem aérea” deviam se constituir no trecho descrito por um jornalista em que as “mágicas” (isto é, os efeitos visuais) do filme ganhavam destaque, provavelmente pelo trabalho do cinegrafista e cenógrafo Emílio Silva: “O final do segundo ato é uma magnífica cena posada no espaço, vendo-se três personagens cavalgando com um óculo colossal que com grande ‘verve’ inócua apreciam certos pontos da cidade. Para voltarem à terra vão pousar na torre de um popularíssimo jornal da Avenida Central, que logo se vê que é o Jornal do Brasil”. Num desses quadros deveria entrar também a referência ao cometa Halley, visível à população brasileira naquele mesmo ano de 1910.

Os quatro últimos quadros eram “Rio despido”, “Os sete instrumentos”, “A moda” e “Festas Joaninas”, num deles havendo, aparentemente, referência ao incêndio que acometeu o cinema Rio Branco durante a exibição de *Paz e amor*. A apoteose final seria uma celebração ao Brasil e a Portugal, país que recentemente abolira a monarquia e instituíra a república.¹⁵²

A maior parte das reportagens publicadas nos jornais creditava a peça a O. Pontes e Anil, mas algumas outras conferiam a autoria de *O Rio por um óculo* nominalmente a José Vinhaes e Lima Barreto, informando ainda que, na sessão dedicada à imprensa, os autores, “dois rapazes modestos, mas inteligentes, foram muito aplaudidos”.¹⁵³ Anil ou Amil (anagrama de Lima) foi um dos vários pseudônimos que o escritor usou na sua vasta produção literária.¹⁵⁴

[151] R. Magalhães Júnior, *O fabuloso Patrocínio Filho*, 2 ed., São Paulo: Lisa, 1971, p. 52; *Gazeta de Notícias*, 11 out. 1910, p. 4, em V. P. Araújo, *A bela época do cinema brasileiro*, São Paulo: Perspectiva, 1976, p. 349. Lima e Pimentel trocaram mais farpas pela imprensa posteriormente (L. M. Schwarcz, *Lima Barreto: triste visionário*, São Paulo: Companhia das Letras, 2017, pp. 307-308).

[152] Os nomes dos quadros do filme encontram-se em anúncio publicado no *Jornal do Brasil*, 22 out. 1910, p. 16.

[153] *Jornal do Brasil*, 11 out. 1910, p. 10.

[154] Felipe Botelho Corrêa, “Introdução”, em Lima Barreto, *Sátiras e outras subversões*, São Paulo: Penguin e Companhia das Letras, 2016.

O filme cantante foi apresentado ininterruptamente, com sucesso, por quase três semanas. Deixou o cartaz em 10 de novembro – substituído por filme sacro em função do feriado de finados –, retornando três dias depois. *O Rio por um óculo* permaneceu outras três semanas em exibição, superando a carreira de *O cometa* e *Chantecler* e se revelando uma “mina de dinheiro” para a empresa do cinema Soberano.¹⁵⁵ Em janeiro de 1911, a trupe do cinema excursionou por salas de outros bairros da cidade e *O Rio por um óculo* foi apresentado, por exemplo, nos cinemas Mascote, Smart e Excelsior.

A experiência de Lima Barreto como autor de fita cinematográfica é uma nova evidência de seu engajamento na busca por formas e espaços de afirmação e da tentativa de ampliar o alcance de suas obras. Como apontou sua biógrafa, “Lima criou locais alternativos de afirmação para si e para seus colegas; inventou oportunidades expressas em jornais e associações, e se opôs, sempre que pôde, aos literatos mais estabelecidos nas instituições prestigiosas de seu momento”.¹⁵⁶

Misto de cinema e teatro, filmes cantantes como *O Rio por um óculo* também colocam em evidência o círculo de jornalistas e escritores que se reuniu em torno do jornal *A Estação Theatral*. O semanário dedicado ao “teatro, música e pintura” havia sido criado em meados de 1910 por “um grupo de rapazes” com o objetivo de “forçar a cidadela do teatro, tomando-a, se possível, de assalto, e expulsando os ‘velhos’, os raros ‘velhos’ que vinham do século passado”.¹⁵⁷ Do grupo ligado ao jornal *A Estação Theatral* faziam parte Lima Barreto e velhos amigos seus como Bastos Tigres e Domingos Ribeiro Filho. Pelo sucesso de *Paz e amor*, José do Patrocínio Filho era talvez o que já tinha mais experiência como autor teatral dentre os jovens envolvidos no jornal. O semanário, é claro, apoiou a tendência de “fitas revistas” que vinham sendo feitas “por muito boa gente”, citando os nomes de “Raul Pederneiras, o laureado caricaturista, de Lima Barreto, de Antonio Simples...”¹⁵⁸

Em seus primeiros números, *A Estação Theatral* promoveu ainda uma série de entrevistas “com a nossa moderna geração literária sobre o teatro”, incluindo

[155] *Correio da Manhã*, 19 nov. 1910, p. 3. O filme permaneceu em exibição até o dia 25 de novembro.

[156] L. M. Schwarcz, *Lima Barreto: triste visionário*, São Paulo: Companhia das Letras, 2017, p. 17.

[157] R. Magalhães Júnior, *O fabuloso Patrocínio Filho*, 2 ed., São Paulo, Lisa, 1971, p. 55.

[158] Costa Rego, “As revistas no cinematographo”, *A Estação Theatral*, n. 17, 15 out. 1910, p. 1.

José do Patrocínio Filho e Lima Barreto.¹⁵⁹ No mesmo jornal, Lima publicou um texto teatral de sua autoria, *Casa de poetas*. Tratava-se de uma comédia em um único ato em torno de uma família de “condição média” – formada pelo juiz aposentado Dr. Clarimundo, sua esposa, a filha solteira e seu pretendente –, na qual o tema da ambição a uma cultura literária como mera forma de distinção social virava motivo de sarcasmo por parte do autor, como era uma constante em sua produção literária.¹⁶⁰

A *Estação Theatral* foi ainda um dos primeiros periódicos cariocas a manter um noticiário cinematográfico regular e bem informado, talvez incentivado por contar, desde os seus primeiros números, com anunciantes desse setor, como Alberto Sestini, agente exclusivo da Cines. Já em seu sexto número, de agosto de 1910, passaram a ser publicadas críticas sobre os filmes exibidos na cidade através da seção “A semana cinematográfica”.

Apesar de ser evidente o interesse e envolvimento de Lima Barreto com o cinema e, principalmente, com o teatro nesse período¹⁶¹, é preciso cuidado

[159] Como os demais entrevistados, Lima discorria sobre suas preferências estrangeiras (Molière, Shakespeare, Ibsen etc.), mas sua fala era permeada de comentários irônicos. Ao repetir o mantra da inexistência de um teatro brasileiro – sem uma tradição literária na qual se basear e sem atender ao gosto popular –, o escritor terminava com uma genial provocação: “Contudo, eu não me despeço sem semear uma dúvida: o circo Spinelli pode bem desmentir-me, pois é possível que o [palhaço negro] Benjamin [de Oliveira] esteja lançando as bases do nosso teatro nacional” (Lima Barreto, “Enquete com a nossa moderna geração literária sobre o teatro”, *A Estação Theatral*, n. 6, 6 ago. 1910, p. 1).

[160] Lima Barreto, “Casa de poetas”, *A Estação Theatral*, n. 28, 27 mar. 1911, p. 2.

[161] Em artigo publicado sobre os males do teatro nacional, poucos meses após o lançamento de *O Rio por um óculo*, Lima Barreto insistia em sua “teima de falar de teatro”. O escritor localizava nos empresários os responsáveis pela situação desanimadora do teatro brasileiro por só aceitarem “peças ou coisa que valha de pessoas mais ou menos da imprensa: articulistas, cronistas, repórteres, colaboradores”, o que levava a “um afastamento total da nossa juventude literária das coisas do teatro [...]”. Em poesia, em letras, enfim, todos nós estamos certos de que um dia ou outro seremos aceitos, mas no teatro, não”. O resultado era que “raros ousem e tentem fazer qualquer coisa”, citando, entre outros, Raul Pederneiras e José do Patrocínio Filho. Diante dos preconceitos dos empresários, a atitude mais comum era ficar “nos moldes do Arthur [Azevedo]”, isto é, da revista teatral (Lima Barreto, “O teatro nacional: males, preconceitos e remédios”, *O Teatro*, v. 1, n. 2, 4 maio 1911, pp. 12-13). Demonstrando seu interesse pelo tema, em outro artigo dessa mesma época, Lima comentou como, por influência dos amigos, finalmente tomou ânimo e passou a se aproximar do teatro: “Não só li autores, como também passei cerca de dez dias mergulhado e interessado pelo que se passava em modesto *mambembe*, onde, como maestro, figurava

com uma leitura excessivamente autoral de *O Rio por um óculo*, e não apenas pelo filme-revista ter sido assinado conjuntamente com José Vinhaes. Afinal, o desenhista e escritor Raul Pederneiras, o autor do filme cantante *O cometa*, escreveu imediatamente após a estreia no cinema Chantecler uma carta aos jornais, em versos irônicos, reclamando das alterações que seu texto recebeu na adaptação para o cinema:

Se a musa, um espaço alcança na folha, o momento pilho, para dizer, sem tardança, que eu era o pai da criança, mas não reconheço o filho. Quando do tento rombudo arrancá-lo consegui, mal sabia que o bicudo teria tudo de tudo... menos tudo o que escrevi! Rabisquei para o cinema, revista em cenas ligeiras... Sai outra coisa, às carreiras, com enxertos às porções! Das cenas que eu tinha escrito, há duas ou três apenas, o resto é de estranhas cenas que até parecem senões... Se a fita, por desagrado, não puder fazer carreira, a verdade justiceira dirá que não sou culpado, pois quis a sorte aziaga pôr na mixórdia esquisita o enxerto que tudo estraga, e estragou mais uma fita. Quem, por leitura, conhece o que escrevi, logo diz: O que fiz não aparece e aparece o que não fiz. Conforme muitos atestam, segundo o que vi e ouvi, garante-se por aí que a fita no goto deu...¹⁶² A prova mais eloquente é que, na peça corrente, colabora muita gente. Menos eu.¹⁶³

A *Estação Theatral* repercutiu a carta de Raul Pederneiras em sua primeira página em artigo de Costa Rego, no qual tratava dessas colaborações indesejadas: “E acabo de saber que a ‘fita’ de Lima Barreto está cheia de umas pilhérias escabrosas que ele não introduziu em seu trabalho”.¹⁶⁴

Mesmo com possíveis alterações – que eram muito comuns nas revistas teatrais, marcadas pelo improviso dos atores e frequente desrespeito ao texto teatral, que precisava ser insistentemente lembrado pelo “ponto” –, é relevante apontar que a experiência cinematográfica de *O Rio por um óculo* coincidiu com “o ponto mais alto” da carreira literária de Lima Barreto. Afinal, ele escreveu seus dois mais

um parente meu, muito da minha estima e consideração. Lá vi ensaiar, marcar, representar uma série de peças [...]. Mas Lima questionava, ao final do artigo, a exigência de se possuir “saberia teatral”, isto é, o conhecimento prático ou técnico sobre a encenação para se tornar um autor teatral (Lima Barreto. “Uma coisa puxa a outra”, *A Estação Theatral*, n. 41, 8 abr. 1911, p. 1).

[162] A expressão “deu no goto” significava “caiu no gosto”.

[163] *Jornal do Brasil*, 13 out. 1910, p. 10.

[164] Costa Rego, “As revistas no cinematographo”, *A Estação Theatral*, n. 17, 15 out. 1910, p. 1.

conhecidos contos, “A nova Califórnia” e “O homem que sabia javanês”, respectivamente em novembro de 1910 e em abril de 1911. E nesse intervalo – quando o filme cantante de sua autoria circulava pelos cinemas da cidade – Lima Barreto produziu febrilmente sua obra-prima, o romance *Triste fim de Policarpo Quaresma*, publicado como folheto do *Jornal do Commercio* a partir de 11 de agosto de 1911.¹⁶⁵

Nem Raul Pederneiras, José do Patrocínio Filho ou Lima Barreto assinaram outros filmes – o cinema não se abriu imediatamente para esses “novos”.¹⁶⁶ Ainda assim, a produção de filmes cantantes prosseguiu nos primeiros meses de 1911, mas sobretudo, com fitas mais curtas ou no retorno à filmagem de montagens teatrais. De qualquer modo, em meio à concorrência entre diferentes revistas e operetas-cinematográficas, filmadas principalmente por Alberto Botelho e Julio Ferrez, a rivalidade entre os empresários William Auler e Francisco Serrador se acirrou.¹⁶⁷ Mas se o final do ano de 1910 foi marcado pela intensa produção por empresários concorrentes, como entender que já em meados de 1911 ocorreu o súbito “fim” dos cantantes?

Uma nova interpretação para o declínio dos cantantes

No início de 1911, o Rio Branco se instalou num novo endereço, na rua Gomes Freire, 13-21, e seguiu apresentando *O Chantecler* e reprisando seus sucessos anteriores. Já o cinema Chantecler lançou novos filmes cantantes da parceria entre Julio Ferrez e o maestro Costa Júnior, como *A Serrana*, revista de costumes portugueses, e *O cordão*, revista carnavalesca.¹⁶⁸ Em abril, a rivalidade

[165] F. A. Barbosa, *A vida de Lima Barreto*, 11 ed., Belo Horizonte: Autêntica, 2017, p. 278.

[166] José do Patrocínio Filho escreveu ainda outro cantante após *Paz e amor*, intitulado *Logo cedo*, em 1911, que aparentemente não foi exibido devido a problemas com censura. Três anos depois, sua exibição foi anunciada, mas provavelmente também não chegou a ocorrer nessa ocasião (*Revista de Teatro & Sport*, n. 21, 22 ago. 1914, p. 6).

[167] Após *O Rio por um óculo*, a empresa do cinema Soberano produziu a opereta-cinematográfica *A mascote*, “posada e cantada pela trupe deste cinema”, uma adaptação de *La Mascotte*, popular ópera cômica francesa de Edmond Audran. Em seguida, o Soberano estreou o filme-revista 606, filmado por Paulino Botelho e assinado por Luís Peixoto e Carlos Bittencourt, que será comentado no subcapítulo seguinte.

[168] A agilidade na realização desses cantantes pela empresa do cinema Chantecler pode ser justificada pela eventual ausência de cenário ou diálogos, investindo apenas na música e coreografia. *A Serrana*, por exemplo, foi anunciada como “toda bailada e cantada, sem

atingiu o auge com ambos os cinemas estreando versões cinematográficas da opereta de Franz Lehár *O conde de Luxemburgo*, tal como ocorrera, quase dois anos antes, com *A viúva alegre*, do mesmo autor.

Estreada em Viena em novembro de 1909, a nova opereta de Lehár foi apresentada nos palcos do Rio de Janeiro somente uma vez, em 1910, pela Companhia Alemã de Ópera e Opereta Vienenses, no idioma alemão original. Em janeiro de 1911, *O conde de Luxemburgo* foi apresentado, com sucesso, pela companhia italiana Lahoz, no Palace Theatre. Em março, estreou a primeira montagem em português, pela Companhia José Ricardo, no Teatro Recreio, sucedida, semanas depois, pela montagem no Teatro Apolo pela Companhia Galhardo, do Teatro Avenida de Lisboa, com Cremilda de Oliveira.

O cantante *O conde de Luxemburgo*, do cinema Chantecler, era a filmagem da montagem da companhia Lahoz, mas “dublada” em português pela trupe do cinema. O filme foi lançado enquanto a mesma opereta ainda estava em cartaz, com enorme sucesso, no Teatro Apolo, e entrava em cena no Palace Theatre, dessa vez pela companhia italiana Vitale. Três semanas depois, quando o cantante do Chantecler já havia sido apresentado até mesmo no cinema Velo, estreou o cantante *O conde de Luxemburgo*, do cinema Rio Branco. Posado dessa vez pela companhia Galhardo, em três atos e ocupando toda uma sessão, era uma versão mais longa que o cantante do Chantecler, que fora exibido na segunda parte de um programa com outros filmes. “É a peça completa”, ressaltava-se sobre o cantante do Rio Branco.¹⁶⁹

Provocando o concorrente, o Rio Branco avisava para “não confundir o filme *Conde de Luxemburgo* com o retalho de fita exibido noutra cinematógrafo”.¹⁷⁰

declamação, inteiramente filmada em cenários naturais” (*O Paiz*, 9 jan. 1911, p. 10). Essa opereta portuguesa, cuja trama se passava nos arredores da Serra da Estrela, havia sido apresentada no Rio de Janeiro pela Companhia Taveira do Teatro de Trindade de Lisboa, em setembro de 1910, no Teatro Recreio. Já *O Cordão* era bastante curta: tinha apenas três quadros, sendo um posado, um tirado ao ar livre na avenida Central e o terceiro filmado no mesmo Teatro Recreio. Sabendo como a colônia lusitana era um importante público do teatro carioca e diante da repercussão do recente fim da monarquia em Portugal, o cinema Rio Branco respondeu ao cantante *A Serrana* com a tragédia lírica *A República Portuguesa*, de Domingos Magarinos e Alberto Moreira, “filme de atualidade cantado e posado pela trupe deste cinema” (*Jornal do Brasil*, 4 fev. 1911, p. 16).

[169] *Gazeta de Notícias*, 27 abr. 1911, p. 5.

[170] *Gazeta de Notícias*, 28 abr. 1911, p. 10.

O cinema Chantecler respondeu ao anunciar futuras “novidades que não são nem imitações nem reproduções de fitas ou operetas já exibidas. O cinema Chantecler só exhibe novidades em primeira mão”.¹⁷¹ O Rio Branco tentou dar o troco pelos jornais dizendo “Este cinema não imita, é imitado”.¹⁷²

A partir de então, a situação tomou novo rumo com peças teatrais tão curtas quanto os cantantes começando a tomar a programação dos cinemas. Enquanto o Rio Branco retornava *O chantecler* às telas, o cinema Chantecler apresentou no palco a *vaudeville*-opereta *A saia calção*, de Gastão Bousquet e Costa Júnior, antecedido por um programa de filmes estrangeiros.¹⁷³ O anúncio destacava “pelo preço habitual nos cinemas, uma sessão cinematográfica e um espetáculo de teatro em 1 ato”.¹⁷⁴ Na verdade, enquanto o ingresso de 1ª classe era 1\$000 réis, o valor de 500 réis para a segunda classe do Chantecler era até mais barato do que o de alguns cinemas da avenida Central.

Conforme Marco Santos, o sucesso de *A saia calção* esteve na origem das peças apresentadas em três sessões diárias: “A partir dessa primeira experiência, todos os teatros do Rio aderiram à novidade, uma verdadeira febre”.¹⁷⁵ A essa altura, o cinema Chantecler já não pertencia mais à Empresa F. Serrador, mas à empresa Julio, Pragana & Cia, sociedade formada por Oscar Pragana, ex-sócio de Auler no primeiro cinematógrafo Rio Branco, e pelo próprio Julio Ferrez.¹⁷⁶

O mês de junho é o marco dessa transição. Enquanto o Rio Branco estreou seu último filme cantante, *Dansarina descalça*, novamente a filmagem de uma montagem teatral (da companhia Vitale), um jornalista registrou a nova moda

[171] *Gazeta de Notícias*, 30 abr. 1911, p. 12.

[172] *Gazeta de Notícias*, 30 abr. 1911, p. 12.

[173] *A saia calção* era inspirada na polêmica da *jupe-cullote*, roupa que destoava da separação tradicional do vestuário por gêneros: calças para homens, saias para as mulheres. O assunto havia vindo à tona por casos recentes de mulheres usando essa “ousada” vestimenta terem sido vaiadas na avenida Central, obrigando a intervenção da polícia. José do Patrocínio Filho também teria tratado das ousadas *jupe-cullote* em *Logo cedo*.

[174] *O Paiz*, 12 maio 1911, p. 12.

[175] Marco Santos, *Popularíssimo: o ator Brandão e seu tempo*, Rio de Janeiro: edição do autor, 2007, p. 225.

[176] Importante ressaltar que o contrato entre Arnaldo Gomes de Souza e a MF&F para abertura do cinematógrafo Pathé, em 1907, estabelecia que os sócios não poderiam abrir uma nova sala. De qualquer modo, somente Julio Ferrez esteve envolvido nesse novo negócio, provavelmente ambicionando maior participação nos lucros das fitas cantantes que ele filmava, além de fornecer cópias do estoque da MF&F para a programação de filmes do Chantecler.

que seus concorrentes seguiam: “O teatro por sessões, em doses cinematográficas, parece triunfar de vez. Agora é o empresário Paschoal Segreto que também organizou a sua trupe, que por estes dias se estreará no S. José”.¹⁷⁷ Tratava-se justamente da Companhia de Operetas, Mágicas e Revistas do Cine-Theatro São José, considerada pela pesquisadora Filomena Chiaradia o marco da assimilação do “teatro por sessões” no Rio de Janeiro.¹⁷⁸

A mudança ficava evidente quando, em julho, o cinema Chantecler levou novamente à cena *O conde de Luxemburgo*. Não se tratava de filme cantante e sim de uma encenação da popular opereta, mas com a letra das músicas traduzida do alemão por Costa Junior e, principalmente, “adaptada a espetáculos por sessões”.¹⁷⁹ O anúncio do Chantecler parecia valorizar o teatro em detrimento do cinema: “Não confundir com qualquer fita. A peça é representada no palco, respeitadas todas as suas exigências”.¹⁸⁰

A tendência passava a ser a transformação dos cinemas em cineteatros, como apontou outro jornalista: “A moda pega. Bastou o Chantecler, o São Pedro de Alcântara, o São José mudar-se em cinema-teatro, e agora surgem

[177] *O Paiz*, 20 jun. 1911, p. 3

[178] Filomena Chiaradia, *A companhia do Teatro São José: a menina-dos-olhos de Paschoal Segreto*, São Paulo: Hucitec, 2012, p. 59. Alguns autores consideram como marco da inauguração do teatro por sessões no Brasil a temporada da atriz e empresária portuguesa Cinira Polônio, a partir de janeiro de 1908, no teatro Carlos Gomes, onde encenou, por exemplo, *O cordão*, burleta de Artur Azevedo especialmente escrita para sua companhia. É interessante destacar que, em março de 1909, a companhia de Cinira Polônio se transferiu para o São José, de Paschoal Segreto, que deixou de funcionar como cinema, voltando a ser teatro. Isso revela, portanto, uma experiência prévia de Segreto, anterior a 1911, de investimento no teatro por sessões como alternativa empresarial à exibição de filmes, o que ele ainda retomaria. Entretanto, em 1909 Segreto teria apenas alugado seu teatro à companhia de Cinira, enquanto dois anos depois ele formou sua própria companhia. Por fim, para esclarecer o pioneirismo da atriz e empresária portuguesa, é válido citar texto publicado em 1911, no qual um colunista teatral confirmava que Cinira havia sido a “criadora do gênero”, “há bem dois ou três anos”, mas que ao fim de sua temporada, “não mais se pensou em tal sistema de diversões, que resurgiu há pouco”. Ver Rubens José Souza Brito, “O teatro cômico e musicado: operetas, mágicas, revistas de ano e burletas”, em José Roberto Faria (org.), *História do teatro brasileiro, volume 1: das origens ao teatro profissional da primeira metade do século XX*, São Paulo: Perspectiva e Edições Sesc SP, 2012, p. 232; *A Notícia*, 26-27 mar. 1909, p. 3; *A Faceira*, v. 1, n. 3, out. 1911, p. 14.

[179] *O Theatro*, 13 jul. 1911, p. 6.

[180] *O Paiz*, 9 jul. 1911, p. 16.

imitadores. O cinema Viúva-Alegre fechou-se e está construindo um palco”.¹⁸¹ De fato, percebemos como os espetáculos de palco suplantaram os de tela pela mudança no nome das salas: no segundo semestre os anúncios dos jornais passaram a estampar “cinema-theatro Pavilhão Internacional”, “São Pedro cinema teatro”, “cinema teatro São José”, “cinema teatro Rio Branco” e “cinema teatro Chantecler”.

O teatro tinha sido definitivamente influenciado pelo cinema, com os cineteatros apresentando peças curtas, de somente um ato, em português, em sessões contínuas e “a preços de cinema”, complementadas ou não pela exibição de filmes.¹⁸² “Quase morto”, o teatro teria se reanimado com espetáculos breves e baratos, “sistema, aliás, compatível com a nossa vida intensa de cidade moderna”.¹⁸³ Um jornalista chamou atenção para a moda: “Tudo agora é preço de cinema [...]. Com a mania do teatro por sessões, é comum ver agora nas bilheterias e nos anúncios das casas de espetáculo a seguinte inscrição: Preços de cinema – o que quer dizer que o custo dos espetáculos é o mesmo dos cinematógrafos”. O jornalista ironizava que, depois dos teatros, até sapateiros e mercadinhos passavam a anunciar “preços de cinema”.¹⁸⁴

Até o final de 1911, diversas casas de diversões cariocas que vinham exibindo filmes passaram a explorar exclusivamente o teatro por sessões. A tendência seguiria com força em 1912, como a imprensa previu: “Parece que, com a entrada do novo ano, o Rio só terá teatro por sessões. É mais barato e, se não for melhor é, pelo menos, mais suportável. O teatro por sessões tem a vantagem de ser mais barato para o público e mais rendoso para as companhias, se fazem sucesso”.¹⁸⁵ Enquanto isso, os filmes cantantes praticamente desapareceram das telas.

[181] *Gazeta de Notícias*, 17 jul. 1911, p. 2, em V. P. Araújo, *A bela época do cinema brasileiro*, São Paulo: Perspectiva, 1976, p. 369. O cinema Viúva Alegre teria funcionado entre abril e junho de 1911, reabrindo em julho como Cine-Teatro Royal, mas fechando definitivamente em setembro (A. Gonzaga, *Palácios e poeiras: 100 anos de cinema no Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: Record, 1996, pp. 285-286).

[182] Em Niterói, por exemplo, o “teatro por sessões” também se tornou uma febre. A concorrência entre fitas cantantes exibidas por uma sala, e revistas teatrais em um ato e a ingressos baratos apresentadas por outra sala, também ocorreu na cidade nesse período (R. L. Freire, *Cinematographo em Nictheroy: uma história das salas de cinema de Niterói*, Niterói: Niterói Livros, 2012, pp. 73-75)

[183] *A Faceira*, v. 1, n. 3, out. 1911, p. 14.

[184] *A Notícia*, 26 out. 1911, p. 1.

[185] *A Noite*, 13 dez. 1911, p. 2.

O pesquisador José Inácio de Melo Souza tentou explicar o fim dos cantantes por suas limitações como um produto “a meio caminho do cinema e teatro”.¹⁸⁶ Entretanto, a ideia de cinema implicada nessa descrição é um tanto deslocada para explicar a origem do fenômeno. No período entre 1908 e 1909, caracterizado por um circuito exibidor em busca desesperada por diferenciação diante da escassez de filmes inéditos exclusivos, o empresário cinematográfico estava constantemente em busca de algo que o particularizasse, sendo o apelo à presença física, à performance humana, uma alternativa óbvia. Portanto, considerar o caráter teatral dos cantantes como uma limitação ignora que o interesse de um exibidor-produtor como Auler, proprietário de uma única sala, não era a criação de um produto (como um filme) que poderia ser apresentado repetida e simultaneamente, sempre da mesma maneira, através de várias cópias idênticas, em diferentes locais. Pelo contrário, sua intenção era a criação de um tipo de espetáculo (de caráter teatral) que só ele fosse capaz de apresentar. O teatro era a essência da estratégia dos cantantes – a performance ao vivo, a presença humana expressa pelas vozes dos atores –, o que invocava um espetáculo único e irreproduzível, elementos de atração importantes num cenário de salas de cinema que concorriam entre si com programas de filmes iguais, repetidos ou semelhantes.

Como a carta de Julio Ferrez a Roca insinuava, o interesse principal de Auler não era alugar a cópia de seus cantantes para outros exibidores também a projetarem, tal como a MF&F ou a Photo-Cinematographia Brasileira vinham fazendo com suas fitas nacionais. De que adiantava alugar a cópia de um cantante sem o elenco ensaiado para dublar o filme ao vivo? Será que qualquer músico ou projetorista conseguiria manter a sincronização necessária com os artistas? Diante disso, a exploração dos cantantes seguiu a tradicional prática das companhias teatrais e dos exibidores itinerantes, com excursões da trupe composta pelas cópias dos filmes e pelo elenco de cantores se apresentando ao vivo, em diferentes cidades, sucessivamente. Afinal, a produção teatral brasileira foi, até meados do século 20, sumamente concentrada no Rio de Janeiro, de onde partia grande parte das produções teatrais, cariocas ou estrangeiras, que seria consumida pelo público das demais cidades do país.¹⁸⁷ Porém, as turnês das trupes de filmes cantantes não foi apenas uma prática tradicional inspirada pelo teatro,

[186] J. I. M. Souza, *Imagens do passado: São Paulo e Rio de Janeiro nos primórdios do cinema*, São Paulo: Senac, 2004, p. 268.

[187] Angela Reis e Daniel Marques, “A permanência do teatro cômico musicado”, em José

mas também um modo de exibição que o cinema permaneceria explorando frequentemente nos anos porvir, a exemplo do formato de *roadshow*.¹⁸⁸

As turnês dos cantantes foi algo até hoje pouco pesquisado ou enfatizado pelos historiadores. Já em fins de 1909, a trupe do cinema Rio Branco fez uma excursão a Santos e São Paulo, onde apresentou *A viúva alegre* e os demais cantantes de seu repertório em cinemas da Empresa F. Serrador. Apresentações dos cantantes do Rio Branco em salas de cinema da vizinha cidade de Niterói foram frequentes ao longo de 1910. Nesse mesmo ano, uma cópia de *A viúva alegre* foi projetada em Belém do Pará, onde o filme foi exibido em 15 de julho de 1910, no Teatro Polytheama, mas sem o elenco do Rio Branco, que permanecia no Rio de Janeiro. Conforme Vicente Salles, “acompanhava a película o ator Augusto Campos que se encarregava de selecionar e ensaiar os cantores que cantassem ao vivo as cenas projetadas na tela”. Como faziam muitas companhias teatrais em excursão, parte do elenco (ou, nesse caso, quase todo ele) foi recrutado localmente. A apresentação de *A viúva alegre* foi precedida de “duas partes de cinematógrafo” com as melhores películas da casa Pathé Frères.¹⁸⁹

As curtas fitas cantantes produzidas por Serrador, em São Paulo, também foram apresentadas fora da região Sudeste. Em 17 de setembro de 1910, os cantores Claudina Montenegro e Santiago Pepe estrearam uma “temporada de cinema cantante”, a preços mais elevados, no Teatro-Cinema Helvética, em Recife, levando consigo cópias de provavelmente todos os cantantes que a Empresa F. Serrador havia produzido ao longo de pouco mais de um ano.¹⁹⁰ Importante

Roberto Faria (org.), *História do teatro brasileiro: das origens ao teatro profissional da primeira metade do século xx*, São Paulo: Perspectiva, Edições Sesc SP, 2012, v. 1, p. 334.

[188] No formato de *roadshow*, o distribuidor ou mesmo o próprio produtor aluga salas de exibição por um período de tempo, exibindo o filme através da divisão de bilheteria por porcentagem. Foi um formato muito utilizado na década de 1910 para a distribuição dos filmes mais longos, conforme será tratado no capítulo “A hegemonia da CCB: 1912-1914” (*infra*).

[189] Vicente Salles, *Épocas do teatro no Grão-Pará ou Apresentação do Teatro de época*, Belém: UFPA, 1994, v. 1, pp. 204-206.

[190] Foram apresentados em Recife nove duetos cômicos (*Duo de las Paraguas*, *Duo de la Mascotte*, *Duo Chiribiribi*, *Duo de los Patos*, *Duo de las Sapatilhas*, *Duo Tui-tui-tui-zi-zi* de *Sonho de Valsa*, *Duo los Baturros*, *Duo El Boléo*, *Duo Los Canários do Café*), nove duetos líricos (*Crispino e la Commare*, *Duo de l’Africana*, *Duo Educando de Sorrento*, *Duo Chateau Margaux*, *Duo Barbarilo de Lava Piés*, *Duo Los Bohemios*, *Duo La Chicanera*, *Duo Viúva Alegre*, *Duo La Cerinava*), e doze “Solos Líricos e Populares” (*Couplet do Café de Porto Rio*, *La Juanita*, *Amor é como açúcar*, *Valsa Chateaux Margoux*, *El Guitarrico*, *Guarany – Canção do aventureiro*, *Torna ó sorrento*, *Serenata de Braga*, *La Farfalla*, *Cavalleria Rusticana*,

ressaltar que o concorrente cine Royal, em Recife, tinha exibido anteriormente os filmes nacionais *A viúva alegre* e *A geisha*, mas apenas com acompanhamento musical. Teria sido a mesma cópia projetada, no mês anterior, em Belém?

Novamente, os cantantes podem ser melhor compreendidos como um modo de apresentação a valorizar uma sala de cinema num contexto local de acirrada concorrência, nesse caso em Recife, entre o Royal e o Helvética. No jornal *A Província*, o espetáculo do Helvética foi elogiado: “As fitas cantadas constituem uma novidade para nosso meio apesar de já termos assistido fitas falantes (cinematógrafo combinado com o graphophone)”.¹⁹¹ Por outro lado, ao elogiar a voz de Claudina Montenegro, o crítico revelava a limitação daquele espetáculo em que a cantora dublava o filme atrás da tela, estando presente, mas não visível aos espectadores: “Ouvimos de espectadores que a empresa da Helvética faria bem se conseguisse da distinta atriz algumas canções, sem fita. A par de sua bela voz, há uma plástica encantadora e o público desejaria aplaudi-la assim”.¹⁹² Diante da atração pela presença (e aparência) física da cantora, o filme tornava-se obsoleto, praticamente desnecessário.

Por fim, podemos tratar em mais detalhes do fim da produção dos cantantes pelo cinematógrafo Rio Branco. Vicente de Paula Araújo citou anúncio da *Gazeta de Notícias*, de 21 de julho de 1911, em que a empresa William & C. informava sua mudança para “outro gênero de diversões” (o teatro), colocando à venda “cópias de operetas e revistas cinematográficas”.¹⁹³ Mas isso não significou o fim imediato das apresentações dos cantantes da trupe do Rio Branco. De fato, em setembro de 1911, a *Revista da Semana* registrou que, “segundo a mania moderna, o cinema [Rio Branco] arvorou-se em teatro por sessões”.¹⁹⁴ Mas enquanto o renomeado “cinema-theatro Rio Branco” trocava os espetáculos de tela pelos de palco, contratando os conhecidos artistas Brandão e Pepa Ruiz¹⁹⁵, a trupe de cantantes – composta pela cópia dos filmes, o projecionista Álvaro Rosas e parte do elenco de artistas – saiu em excursão.

La tempestade, Canção Andalusia, (*Jornal do Recife*, 14 set. 1910, p. 2). No total foram anunciados 30 filmes cantantes. Décadas mais tarde, Serrador afirmaria ter feito 52 filmes cantantes em um ano.

[191] *A Província*, 18 set. 1910, p. 2.

[192] *A Província*, 18 set. 1910, p. 2.

[193] V. P. Araújo, *A bela época do cinema brasileiro*, São Paulo: Perspectiva, 1976, p. 370.

[194] *Revista da Semana*, v. 12, n. 591, 9 set. 1911, p. 25.

[195] M. Santos, *Popularíssimo: o ator Brandão e seu tempo*, Rio de Janeiro: edição do autor, 2007, pp. 229-232.

Em agosto, a trupe apresentou *Paz e amor* na cidade de Campos dos Goytacazes, norte do estado do Rio de Janeiro.¹⁹⁶ Entre o final de agosto e início de setembro, os cantantes do Rio Branco foram apresentados no Teatro Melpomene, em Vitória.¹⁹⁷ Ainda em setembro, estavam em Maceió, chegando naquele mesmo mês ao Recife.¹⁹⁸ Em dezembro de 1911, se apresentaram no Teatro Central, em Salvador, retornando, em seguida, ao Rio de Janeiro.¹⁹⁹ Eventuais apresentações de cantantes pela “antiga trupe do Rio Branco” podem ser mapeadas em diferentes cidades nos anos seguintes²⁰⁰, mas sabemos que Cristóvão Guilherme “William” Auler acabaria se radicando no Recife, onde conheceu e se casou com Ângela Martinez. Em 1914, nasceu na capital pernambucana o filho único do casal, Guilherme Martinez Auler (1914-1965).

Portanto, os cantantes não desaparecem abruptamente e nem foram “vítimas” de causas externas à produção cinematográfica. Como “modo de apresentação” persistiram para além de junho de 1911. Como outra possível causa para o fim da produção de cantantes, Jean-Claude Bernardet refletiu, baseado no

[196] Godofredo Tinoco, *O teatro em Campos: 1735-1975*, Campos dos Goytacazes: edição do autor, 1963, p. 80. Agradeço a Tiago Quintes a indicação desta fonte.

[197] As apresentações na capital do Espírito Santo se iniciaram dia 27 de agosto, com *Paz e amor*, em três sessões diárias (*Diário da Manhã*, 27 ago. 1911, p. 2).

[198] Na capital de Alagoas, a trupe do Rio Branco se apresentou no Teatro Maceioense, projetando em 16 de setembro o filme da Pathé, *Vida, Paixão e Morte de N. S. Jesus Cristo*, acompanhado de cantos sacros (*Gutenberg*, 16 set. 1911, p. 3). Em Recife, as apresentações coincidiram com a reinauguração do Polytheama Pernambucano, a partir de 6 de outubro, sendo projetado provavelmente todo o repertório da Empresa William & Cia: “*Viúva Alegre, Sonho de valsa, Conde de Luxemburgo, Geisha, Dançarina descalça, República Portuguesa, Paz e amor, Chantecler, Vida, Paixão e Morte de Nosso Senhor Jesus Cristo*, e grande número de canções, romanzas e duetos”, (*Jornal do Recife*, 3 out. 1911, p. 2). Aliás, o autor José Patrocínio Filho esteve presente à estreia de *Paz e amor* na capital pernambucana (R. Magalhães Júnior, *O fabuloso Patrocínio Filho*, 2 ed., São Paulo: Lisa, 1971, p. 50). Curiosamente, o concorrente Theatro Cinema Helvética estreou na mesma semana uma montagem teatral de *A viúva alegre*, estrelada por Claudina Montenegro e Augusto Campos, antecedida por filmes estrangeiros. Assim, no dia 9 de outubro, *A viúva alegre* esteve ao mesmo tempo nos palcos do Helvética e nas telas do Polytheama.

[199] Sílio Bocanera Júnior, *Os cinemas da Bahia: 1897-1918*, 2 ed., Salvador: Edufba, 2007, p. 98. Vicente de Paula Araújo menciona a volta ao cartaz de *Paz e amor* no Rio Branco em 18 de dezembro (V. P. Araújo, *A bela época do cinema brasileiro*, São Paulo: Perspectiva, 1976, p. 373).

[200] Em 1914, o filme cantante *O Chantecler* foi exibido pela primeira vez em Niterói pela “antiga trupe do Rio Branco” (R. L. Freire, *Cinematographo em Nictheroy: uma história das salas de cinema de Niterói*, Niterói: Niterói Livros, 2012, p. 74).

sucesso de *Paz e amor*, se o cinema brasileiro teria “requeitado” a revista de ano, gênero teatral já decadente àquela altura, numa estratégia sem futuro. Entretanto, Bernardet ignorava as mutações do gênero revista, que manteve sua popularidade no início do século 20. Mesmo perdendo seu caráter retrospectivo obrigatório, a revista ainda se estruturava como um espetáculo musical com quadros relativamente autônomos unidos por um tema geral.²⁰¹ Portanto, a hipótese de Bernardet deve ser descartada uma vez que o modo de apresentação dos cantantes podia ser (e realmente foi) aplicado a diferentes gêneros teatrais, cinematográficos ou musicais: revistas de ano, revistas carnavalescas, revistas paródicas, burletas, operetas, filmes sacros, canções etc. Na verdade, o cinema remodelou o chamado teatro ligeiro, mas, sobretudo, através de novos modos de produção e de apresentação claramente influenciados pelo cinema, em geral, e pelos filmes cantantes, em particular; isto é, a apresentação de espetáculos de diferentes gêneros em formato condensado, com até 75 minutos de duração, a ingressos mais baratos e em pelo menos três sessões diárias.

O empresário Paschoal Segreto – que em 1911 já tinha abandonado a importação de filmes da Europa, mantendo-se apenas como exibidor cinematográfico, embora priorizando espetáculos de variedades – se tornou o principal explorador do formato de teatro por sessões em sua casa de diversões na praça Tiradentes, investindo nisso como seu principal negócio. Não é coincidência ter sido justamente em 1º de julho de 1911 que Segreto instalou no cineteatro São José a sua companhia, que se tornaria a principal promotora do teatro por sessões até 1926. O Rio Branco e o Chantecler mantiveram-se como teatros das empresas William & Cia e Julio, Pragana & Cia por cerca de dois ou três

[201] J. C. Bernardet, *Historiografia clássica do cinema brasileiro*, São Paulo: Annablume, 1995, p. 100. A limitação da análise de Bernardet talvez se deva à inspiração no estudo de Flora Süssekind sobre as revistas de ano de Artur Azevedo, realizadas entre 1877 e 1907, inclusive por suas lacunas. Afinal, apenas numa nota de rodapé Süssekind aventa uma possível continuidade das revistas de ano não apenas na imprensa (a última revista de Azevedo foi publicada como folhetim), mas também nos filmes cantantes, sobretudo *Paz e amor*. Mas a pesquisadora não explora o que poderia significar essa continuidade, simplesmente afirmando que “mesmo no cinema, no entanto, já em 1912 passara a voga” (Flora Süssekind, *As revistas de ano e a invenção do Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: Nova Fronteira e Fundação Casa de Rui Barbosa, 1986, p. 109). Sobre as mudanças nas revistas teatrais no século 20 em relação ao formato da revista de ano, ver A. Reis e D. Marques, “A permanência do teatro cômico e musicado”, em José Roberto Faria (org.), *História do teatro brasileiro, volume 1: das origens ao teatro profissional da primeira metade do século XX*, São Paulo: Perspectiva e Edições Sesc SP, 2012, p. 322.

anos mais, enquanto a companhia do São José, de Segreto, é hoje considerada a responsável por introduzir uma nova lógica empresarial ao teatro ligeiro, produzindo e apresentando revistas e burletas “em série” durante mais de duas décadas no formato de espetáculos por sessões.²⁰²

Ainda em 1911, em artigo no jornal *O Comércio de S. Paulo*, o escritor João do Rio traçava, com pesar, o histórico da relação entre cinema e teatro no Brasil, dos filmes cantantes ao teatro por sessões: “E os nossos atores [teatrais], vendo que não podiam levar o sacrifício a morrer de fome, foram entrando para os cinematógrafos, a princípio como intermédio, depois como vozes por detrás do pano e, finalmente, expulsando o aparelho e representando com uma rapidez de trem expresso, borracheiras indizíveis”.²⁰³ Alguns anos depois, o autor da coluna “Theatros e Cinemas”, da revista *O Malho*, lembrava-se que, quando os filmes se popularizaram, tinha se tornado moda dizer que “o cinema vai matar o teatro”. Olhando para o passado, o jornalista interpretava o que teria de fato ocorrido: “[o cinema] não matou o teatro – botou-o no regime das sessões”.²⁰⁴

Portanto, a hipótese aqui apresentada aponta para um esgotamento interno do fenômeno dos cantantes que, por sua vez, trouxe mudanças para o teatro brasileiro em bases comerciais. Se foi mais frequente que comentaristas tratassem o cinema como concorrência prejudicial e influência nefasta ao teatro no Brasil, um outro olhar revela o modelo do teatro por sessões como fator relevante para o declínio na produção de filmes cantantes e de revitalização do teatro ligeiro.

[202] Filomena Chiaradia aventou que a ideia do teatro por sessões poderia ter vindo do cinema, mas tratou essa conexão de forma vaga, nem sequer mencionando os filmes cantantes. Ao longo dos anos, a prática do “teatro por sessões” foi alvo de inúmeros protestos por ser vista como uma forma de exploração dos artistas, por desfigurar certas obras ao reduzi-las ou condensá-las, e por ter como principal objetivo o sucesso de bilheteria em detrimento de um ideal artístico. Além disso, pelo maior número de sessões diárias, os ingressos foram barateados, atraindo um público mais popular ao teatro (F. Chiaradia, *A companhia do Teatro São José: a menina dos olhos de Paschoal Segreto*, São Paulo: Hucitec, 2012, p. 181).

[203] Niobe Abreu Peixoto, “Iniciativas e realizações teatrais no Rio de Janeiro”, em José Roberto Faria (org.), *História do teatro brasileiro, volume 1: das origens ao teatro profissional na primeira metade do século XX*, São Paulo: Perspectiva e Edições Sesc SP, 2012, p. 385.

[204] *O Malho*, v. 18, n. 862, 22 mar. 1919, pp. 179-199. Em 1914, a revista cinematográfica *Paz e amor* foi exibida novamente pela companhia dirigida pelo ator Martins Veiga, sendo assim descrita: “Há anos esta fita revolucionou o Rio. Pode-se mesmo dizer que ela foi o início do teatro por sessão. Interessante que é levou ao antigo Rio Branco quase toda a população carioca. Depois nunca mais foi exibida” (*O Imparcial*, 21 ago. 1914, p. 7).

Além disso, esses filmes dublados ao vivo tinham se tornado um nicho explorado principalmente por proprietários de salas nas imediações da praça Tiradentes, tradicional reduto teatral carioca, tais como o Chantecler, Rio Branco e Soberano. Foi uma forma de diferenciação estratégica diante do fato de os cinemas na região da avenida Central – como o Pathé, Parisiense, Ouvidor e Odeon – terem se consolidado justamente no período de maior sucesso dos cantantes, entre 1909 e 1910, como salas lançadoras dos melhores filmes na cidade.

É necessário ainda descolar os cantantes do recorte da “bela época do cinema brasileiro”, que unifica todos os desdobramentos na produção cinematográfica no Rio de Janeiro entre 1908 e 1911. Afinal, dos primeiros filmes locais de ficção, a partir do segundo semestre de 1908, para o sucesso com as fitas cantantes mais longas, ocorrido entre 1909 e 1911, a situação do mercado cinematográfico na capital federal se alterou. Esses dois anos – de meados de 1909 a meados de 1911 – foram justamente marcados pela ampliação na distribuição de filmes estrangeiros a partir da representação de novas fábricas (Gaumont, Cines, Itala, Éclair etc.), o que modificou a situação de alta demanda e escassa oferta que incentivara a produção local anteriormente. Além disso, o reconhecimento do hibridismo entre cinema e teatro que caracteriza os filmes cantantes também colabora para colocar em questão o fim súbito da suposta “bela época” em 1911, quando se deu a diminuição na produção de filmes posados locais. Afinal de contas, com poucas exceções (principalmente a dos cinegrafistas), grande parte dos autores, artistas e até empresários envolvidos até então com a realização dos filmes cantantes seguiu trabalhando, após 1911, com teatro por sessões nos palcos da praça Tiradentes, tais como Ismênia Mateus, Alberto Moreira, Costa Júnior, Paschoal Segreto ou William Auler.

Desdobramento da moda do cinematógrafo falante, os filmes cantantes surgiram como um modo de apresentação de filmes estrangeiros que diferenciava seus exibidores dos concorrentes num cenário de escassez de filmes inéditos. A partir do segundo semestre de 1908, diante do sucesso das fitas nacionais posadas, exibidores como Auler se encaminharam para a criação de um espetáculo próprio, a combinação entre a fita nacional e a performance de artistas ao vivo atrás da tela, que o dotava de um produto exclusivo para suas salas, mesmo que eventualmente fossem uma versão reduzida e oferecida a ingressos mais baratos de um sucesso teatral prévio. Em 1910, o extraordinário êxito da revista cinematográfica *Paz e amor* consagrou os cantantes como um espetáculo cinematográfico-teatral especialmente produzido para ser apresentado

dessa forma numa sala de cinema, com músicas e também diálogos proferidos ao vivo – portanto, não apenas “cantado”, mas também “declamado”.

A distribuição das fitas cantantes como um produto cinematográfico – isto é, apenas através da cópia do filme – não era adequada àquele espetáculo. A forma mais bem-sucedida com que os cantantes foram explorados fora do Rio de Janeiro seguiu a lógica das turnês teatrais, embora muito mais compacta, pois demandaria apenas a cópia do filme (e eventualmente o projetor), além dos músicos e cantores a se apresentarem por trás da tela. Aos poucos, porém, a proliferação de espetáculos teatrais em um ato, a preços de cinema, tornou os filmes algo que podia ser descartado em última instância.

Nesse mesmo contexto de valorização de filmes inéditos e mais longos no mercado cinematográfico, exibir cópias usadas de filmes antigos tornava-se cada vez menos atraente para o público carioca em geral, incluindo os frequentadores de teatros. Um articulista da revista *O Teatro* argumentou, em julho de 1911, justamente quando os cantantes saíam de cena, que a exibição de filmes nas salas de teatro (certamente já estreados em outros cinemas) servia, àquela altura, apenas para pagamento de impostos mais baixos e como uma atração introdutória, enquanto os espectadores ainda estavam chegando para ver o espetáculo de palco.²⁰⁵ Outro colunista teatral afirmou, diante da voga do teatro por sessões, em outubro de 1911, que o público retomava o gosto pelo teatro como seu divertimento predileto: “nos cinemas-teatro, quando são muitas as fitas, o público reclama. Já não quer cinema; quer que lhe tirem d’ali o pano branco das projeções. Quer teatro. Ainda bem”.²⁰⁶

De fato, em janeiro de 1911 uma crítica ao filme cantante 606, escrito por Luiz Peixoto e Carlos Bittencourt para o cinema Soberano, já demonstrava insatisfação com a tendência de adaptar revistas teatrais ao cinema:

A fita cinematográfica, porém, não auxilia tais produções: através do pano, a piada mais faceta perde grande parte de sua graça, o canto vem ao ouvido

[205] *O Teatro*, 20 jul. 1911, p. 19, em A. Gonzaga, *Palácios e poeiras: 100 anos de cinema no Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: Record, 1996, p. 108. Assim como no Rio de Janeiro, na cidade de Niterói os cinemas e cineteatros também pagavam impostos municipais mais baixos que os teatros (R. L. Freire, *Cinematographo em Nictheroy: uma história das salas de cinema de Niterói*, Niterói: Niterói Livros, 2012, p. 68).

[206] *A Faceira*, v. 1, n. 3, out. 1911, p. 14.

do espectador quase apagado e na trepidação peculiar às projeções, a pose é contrafeita, a luz intermitente, o gesto sem propriedade absoluta e o jogo fisionômico inexpressivo. Em um palco, os atores à luz da ribalta, curadas as minúcias essenciais às representações, a revista de costumes 606 dos Srs. Luiz Peixoto e Carlos Bittencourt lograria o maior sucesso, pois que o poema é espirituoso e apropriada a música [...].²⁰⁷

A burleta *Forrobodó*, também de Peixoto e Bittencourt, seria o próximo filme cantante da empresa do cinema Chantecler, mas o projeto não foi adiante.²⁰⁸ A produção foi interrompida e os autores teriam oferecido o texto a diversas empresas teatrais, que não a montaram ainda em 1911.²⁰⁹ Enfocando um baile popular na Cidade Nova, a peça foi finalmente apresentada no formato de teatro por sessões, no palco do teatro São José, a partir de 11 de junho de 1912.²¹⁰ Com músicas de Chiquinha Gonzaga, *Forrobodó* foi um estrondoso sucesso e Peixoto e Bittencourt se tornaram dois dos mais bem-sucedidos autores de revistas teatrais nos anos seguintes. Um dos grandes marcos da história do teatro brasileiro, essa sátira sobre tipos populares urbanos (o capoeira valente, o comerciante português ignorante, a mulata sestrosa) – que gradativamente eram transformados, de emblemas dos costumes cariocas, em símbolos da cultural nacional – teria sido concebida originalmente como um filme cantante.²¹¹

Por fim, cabe ressaltar novamente como o aumento da produção de filmes locais, com o sucesso particular dos filmes posados a partir de 1908 e dos

[207] *Jornal do Brasil*, 25 jan. 1911, p. 9.

[208] Informação oriunda de anotações de Adhemar Gonzaga feitas a partir de entrevista com Raul Pederneiras, que afirmou ser coautor de *Forrobodó*, embora não tenha assinado com Peixoto e Bittencourt e nunca tenha recebido os direitos (documento do Arquivo Cinédia). Raul fora o autor de *O cometa* para o Chantecler, cujos cantantes seguintes, como *O cordão*, tinham apenas três atos, tal qual *Forrobodó*. Além disso, o uso expressivo de gírias na peça sugere mesmo a colaboração de Raul, que publicaria, em 1922, o glossário *Geringonça carioca: verbetes para um dicionário da gíria*.

[209] Há notícias sobre ensaios para apresentação no Pavilhão Internacional de Segredo já em meados de 1911.

[210] “A história de *Forrobodó*”, *Revista de Teatro SBAT*, n. 322, jul.-ago. 1961.

[211] Um possível precedente para *Forrobodó* pode ser a já citada comédia cinematográfica *Os capadócius da Cidade Nova*, “fita cômica de costumes cariocas” realizada em 1908. Sobre a peça, ver Antonio Herculano Lopes, “Um forrobodó da raça e da cultura”, *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 21, n. 62, out. 2006.

cantantes, em especial, entre 1909 e 1911, foi um fenômeno principalmente carioca (e parcialmente paulista), o que torna a expressão “Bela época do cinema brasileiro” ainda mais inadequada. Trata-se de algo resultante das condições específicas do mercado de exibição e distribuição de filmes nas grandes cidades do Sudeste, sobretudo na então capital federal. A situação, por exemplo, no Norte e Nordeste nesse mesmo período merece uma discussão à parte.

A investida da MF&F contra os exibidores ambulantes

Enquanto o mercado carioca vivia o início da saturação de cópias usadas em circulação e uma oferta ainda restrita de filmes novos, o que teria motivado o aumento da produção de filmes locais, a MF&F buscava expandir seus negócios para regiões menos exploradas pelo negócio de distribuição, mirando especialmente o Norte e Nordeste do país. Em carta de 11 de janeiro de 1909 para José Tous Roca, após o exibidor itinerante não ter obtido bons resultados com suas apresentações em Salvador, os Ferrez diziam: “No Brasil, pensamos que, aparte Rio, S. Paulo, Porto Alegre (estas três já estão por demais exploradas), só há bom trabalho a recolher em Recife, Pará e Manaus e talvez um pouco em Maranhão. O resto deve ser todo no gênero de Maceió, Aracaju e outras cidades que só podem constar como política, porquanto nada possuem para merecer o título de cidade”.²¹²

Enquanto o pesquisador William Condé identificou nesse comentário uma frustração nos planos de expansão nacional da MF&F, sugiro outro entendimento: o mapeamento estratégico de quais eram as capitais do Brasil que poderiam abrigar uma diversão moderna, de qualidade e inevitavelmente custosa como uma sala fixa que alugasse as novidades Pathé Frères.²¹³

No início de 1909, as capitais dos estados do Rio de Janeiro, São Paulo e Rio Grande do Sul, onde a MF&F estava presente e atuante (com sua sede e seus agentes regionais, Serrador e Hirtz), já possuíam salas fixas disputando o público das classes médias e altas urbanas que eram os espectadores almejados

[212] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 11 jan. 1909, FF:FMF 2.0.1.14, AN.

[213] W. N. Condé, *Marc Ferrez & Filhos: comércio, distribuição e exibição nos primórdios do cinema brasileiro (1905-1912)* (dissertação), UFRJ, 2012, p. 113.

e necessários. Restava aos Ferrez convencer Roca a ajudá-los a explorar o mercado das capitais do Norte e Nordeste, vendo possibilidades de lucro principalmente em Recife, Belém, Manaus e São Luís, cidades que, de fato, veriam um florescimento de salas fixas entre 1909 e 1912, período um pouco posterior e mais estendido que o mais breve e intenso *boom* inicial no Rio e São Paulo.²¹⁴ O que os Ferrez afirmavam, portanto, é que não era qualquer cidade brasileira que teria público pagante suficiente para sustentar o mais vultoso investimento advindo da manutenção de um cinematógrafo que estresse regularmente fitas inéditas importadas da Europa. Em janeiro de 1910, os Ferrez diriam a Roca que Minas Gerais, por exemplo, ainda “não segura casa fixa”, embora essa situação fosse mudar em breve.²¹⁵

É evidente, portanto, que partindo do Rio de Janeiro, os Ferrez focavam em mercados regionais que pudessem corresponder positivamente aos seus negócios como distribuidores, baseados no incentivo a salas fixas com uma programação atualizada e que mirasse em uma clientela de maior poder aquisitivo, capaz de arcar com hábito de frequentar um luxuoso cinema cotidianamente. Não se tratava apenas de defender seus interesses (embora também o fosse), mas de promover o modelo de negócios que eles identificavam como o mais promissor e vantajoso para o desenvolvimento do mercado cinematográfico.

A questão do fornecimento de energia elétrica era um traço que distinguia, por exemplo, as localidades mais propícias à abertura de salas fixas. Por um lado, é preciso contestar definitivamente a afirmação de Paulo Emílio Sales

[214] Como veremos mais adiante, os cinemas fixos se alastraram em Recife em 1909. Em relação a São Luís, foi também em 1909 que os “cinemas tomaram conta da cidade”, ocorrendo o mesmo em Manaus, exatamente no mesmo ano. O caso de Belém ainda demanda mais pesquisas: Luiz Alexandre Andrade indica o surgimento das primeiras salas fixas em 1908, mas a presença de exibidores ambulantes permaneceu intensa até 1910. Ver Marcos Fábio Belo Matos, “De Paris a São Luís: o percurso do cinema”, *Anais do 1º Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho*, Rio de Janeiro, 2003, p. 18. Disponível em <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/10-encontro-2003-1>>. Acesso em 20 jan. 2021; Selda Vale da Costa e Antonio José da Costa, “O cinema Amazônia & a Amazônia no cinema”, *Centro de Pesquisadores do Cinema Brasileiro*. Disponível em <<http://www.cpcb.org.br/artigos/o-cinema-na-amazonia-a-amazonia-no-cinema>>. Acesso em 20 jan. 2021; Luiz Alexandre Miranda de Andrade, *Haverá espetáculo mesmo que chova: espetáculo cinematográfico em Belém do Pará: 1900-1910*, (monografia), UFPA, 2011.

[215] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 24 jan. 1910, FF:FMF 2.0.1.14, AN.

Gomes, até hoje eventualmente repetida, de que o *boom* de cinemas no Rio de Janeiro, em 1907, foi consequência da inauguração da usina de Ribeirão das Lajes²¹⁶ – um determinismo tecnológico que ignora, por exemplo, que a expansão na distribuição de eletricidade no Rio de Janeiro foi seletiva e gradual, assim como o fato de que os exibidores cinematográficos, desde a época dos ambulantes, faziam uso de geradores próprios.²¹⁷ Por outro lado, como afirmou Ivo Blom sobre o contexto europeu, a disponibilidade de eletricidade era um importante incentivo para a abertura de cinemas fixos, pois dispensava o uso desses mesmos geradores.²¹⁸ De fato, tratava-se de um empecilho (mas não um impedimento) identificado pelos Ferrez para a exploração do cinema em algumas capitais, que, por isso, demandava maiores gastos iniciais, como escreviam a Roca em 3 de fevereiro de 1909: “Para Pernambuco vê-se que é a falta de luz elétrica e a eterna questão de programa que faz com que estejam [sic] em pleno marasmo. O mesmo fato que se deu em Porto Alegre. Convém pois fundar uma casa com motor a si próprio que este sacrifício será compensado”.²¹⁹ Naturalmente, a MF&F também comercializava geradores elétricos, particularmente os da marca francesa Aster, bem menores e mais eficientes do que os utilizados anteriormente, e que podiam facilmente gerar eletricidade para o funcionamento de uma sala de cinema.

Mas as relatadas dificuldades no fornecimento de eletricidade no Recife, por exemplo, não podem desviar a atenção das diferenças muito maiores na infraestrutura pública então existentes entre as maiores capitais brasileiras e as pequenas cidades do interior do Brasil. Numa crônica publicada em 1909 sobre um *land-trotter*, isto é, um excêntrico andarilho que viajava a pé e percorria “o Estado do Rio aldeia por aldeia, estrada por estrada, e Minas e São Paulo”, o escritor João do Rio descreveu os tipos de negociantes com os quais ele esbarrava na visita aos “arraiais e lugarejos habitados por menos de cem pessoas”:

[216] P. E. S. Gomes e A. Gonzaga, *70 anos de cinema brasileiro*, Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1966, p. 16.

[217] A. Gonzaga, *Palácios e poeiras: 100 anos de cinema no Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: Record, 1996, p. 39.

[218] I. Blom, *Jean Desmet and the Early Dutch Film Trade*, Amsterdã: Amsterdam University Press, 2003, p. 95.

[219] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 3 fev. 1909, FF:FMF 2.0.1.14, AN.

Os vendedores de joias de plaquê, os músicos ambulantes, o homem do fonógrafo de galeria e tubos de borracha, o da lanterna mágica com vistas multicores e imóveis, os religiosos que vendem velas bentas para se acender durante as súplicas ao Senhor, os mercadores de medalhas santas, os de orações, os de imagens litografadas, os de enfeites de *biscuit*, os da fotografia instantânea, os propagandistas do Evangelho [...].²²⁰

Nessa crônica, publicada no livro *Cinematógrafo*, João do Rio contrastava a modernidade da capital federal com os arcaicos ambulantes de diversões que ainda percorriam os pequenos lugarejos. Enquanto no afrancesado Rio de Janeiro o *dernier cri* eram os *films d'art* da Pathé Frères ou as *phonoscènes* Gaumont sincronizadas com potentes gramofones para visão e audição coletivas, as cidadezinhas do interior ainda eram frequentadas por exibidores itinerantes de vistas “imóveis” (lanternas mágicas) e empresários a explorar fonógrafos para audição individual por fones de ouvido (os “tubos de borracha”). Enquanto o cinema se afirmava como o mais popular divertimento nas maiores capitais brasileiras; nos arraiais, a fotografia instantânea, pré-requisito tecnológico para a criação das imagens cinematográficas, ainda seria uma atração.

Por outro lado, ao comparar o alto preço do ingresso do espetáculo oferecido, em 1907, pelo conhecido exibidor itinerante Édouard Hervet, no Teatro Lírico, no Rio de Janeiro, com o valor cobrado para uma sessão do cinematógrafo Parisiense, que oferecia praticamente a mesma diversão a ingressos muito mais baratos, José Inácio de Melo Souza escreveu: “a explosão [de salas fixas] de 1907 decretou a morte dos ambulantes no Rio e em São Paulo (eles continuariam trabalhando até a metade da década seguinte, porém em lugares cada vez mais distantes)”.²²¹ Apesar de sua correta observação, cabe aqui reparar a noção de distância empregada por Souza. Exibidores de grande porte, como Hervet, de modo algum passariam a percorrer “arraiais e lugarejos” nos confins do Brasil, como os descritos por João do Rio, mas continuariam buscando (e encontrando) acolhida, principalmente, nas principais capitais do Norte e Nordeste do Brasil entre 1907 e 1908. Era esse mercado que a MF&F

[220] João do Rio, “Chuva de *land-trotters*”, *Cinematógrafo: crônicas cariocas*, Rio de Janeiro: ABL, 2009, p. 53.

[221] J. I. M. Souza, *Imagens do passado: São Paulo e Rio de Janeiro nos primórdios do cinema*, São Paulo: Senac, 2004, p. 130.

começou a mirar com mais força a partir de 1909, disputando seu domínio com os ambulantes.

Se nos anos anteriores, nas grandes cidades brasileiras, a presença de exibidores itinerantes era tão constante que a oferta de espetáculos cinematográficos se tornou praticamente ininterrupta, um elemento que diferenciava essa prática daquela que se estabeleceu com o advento dos cinemas fixos era a atualização regular da programação. Os espetáculos itinerantes apresentados nos grandes teatros eram baseados na lógica teatral de “funções”, isto é, uma ou no máximo duas longas apresentações diárias (*matiné* e *soirée*), compostas por inúmeros filmes (e eventualmente outras atrações) e divididas em três atos. Já os cinemas fixos consolidaram o formato de “sessões”, do qual o teatro iria, inclusive, se apropriar posteriormente: diversos programas curtos, exclusivamente de filmes, apresentados diariamente em sequência.

Além disso, os empresários itinerantes atuavam exclusivamente com filmes de estoque, exibidos de cidade em cidade, buscando espectadores que ainda não conhecessem seus programas. E isso, geralmente, só acontecia em localidades onde não existissem ainda salas fixas atendidas por distribuidores que forneciam, em primeira mão, as últimas novidades da Europa, como os Ferrez. Para os negócios da MF&F, os ambulantes que ainda percorriam o Norte do país deviam se tornar exibidores fixos ou, pelo menos, passarem a se reabastecer de filmes novos com os Ferrez.

Podemos analisar as instruções dadas pela MF&F a José Tous Roca, no sentido de incentivar a criação de salas fixas, como elemento fundamental para sustentar o fornecimento regular de filmes novos em detrimento da prática, até então dominante, da exibição ambulante sustentada em estoques próprios. É significativo que o próprio Roca fosse originalmente um exibidor itinerante. Há poucas informações biográficas sobre ele, sendo provavelmente de origem catalã, cujos sobrenomes eram grafados de diferentes maneiras. Adotamos a grafia empregada na correspondência com os Ferrez e confirmada pela sua própria assinatura.²²²

[222] Roca deixou o Brasil no segundo semestre de 1910. Na revista catalã *Arte y Cinematografía* de 31 dezembro de 1910, consta um anúncio para assinaturas da própria revista e contratos de artistas de variedades para o Brasil por José Tous Roca, residente em Barcelona. Ele permaneceu na capital catalã, tendo posteriormente criado um escritório no Rio de Janeiro para venda e representação de produtos espanhóis.

José Tous Roca deve ter travado contato com os Ferrez em outubro de 1907, quando o cinematógrafo Pathé já estava em funcionamento, e ele se apresentou no Palace-Theatre, no Rio de Janeiro, com “alguns espetáculos da Bella Blanca e do seu cinematographo inglez”.²²³ Blanca era descrita como “a rainha da fantasia elétrica”, protagonizando espetáculo de “transformações luminosas” do “gênero Louis Fuller”, ou seja, do famoso número de dança da serpentina. Além de Blanca, a atração do espetáculo era a apresentação de 2.500 metros de fitas novas de diferentes fabricantes, cujos títulos em espanhol reforçam a provável origem do exibidor e das cópias.

A julgar pelo trânsito dos navios publicados pela imprensa, Roca voltou à Europa no final de 1907, mas estava novamente no Rio em abril de 1908, quando teria embarcado com destino ao sul do país, provavelmente com renovado estoque de filmes. Aparentemente, desembarcou em Porto Alegre, pois esteve à frente da inauguração do Recreio Ideal, considerado o primeiro cinema fixo de Porto Alegre, em 20 de maio de 1908. O cinema foi vendido para a empresa Bartelô & C. poucas semanas após sua abertura, permanecendo em funcionamento a partir de então.²²⁴ Desse modo, é importante esclarecer que Roca não deve ser considerado o criador do primeiro cinema fixo de Porto Alegre, o que seria uma qualificação equivocada a ser conferida a ele. Como um exibidor ambulante, Roca se apresentou no Recreio Ideal por pouco tempo, seguindo depois em itinerância, levando consigo o próprio nome “Ideal” para seu cinematógrafo ambulante. Alguns meses depois, inclusive, já estava em Salvador, onde a correspondência preservada no arquivo Ferrez se inicia.

Conforme Raimundo Nonato da Silva Fonseca, na capital baiana, durante o ano de 1908, os teatros São João e Politeama, ocupados temporariamente por diferentes exibidores cinematográficos, travaram uma guerra pelo público sotopolitano, que podia desfrutar de projeções ainda nos cafés-concertos e até

[223] *Gazeta de Notícias*, 27 out. 1907, p. 12. Vicente de Paula Araújo (1976, p. 196) indicou que José Tous Roca teria sido responsável pela atração “Auto-Tours”, apresentada no Rio de Janeiro em março de 1907. Outros pesquisadores repetiram a associação, mas aparentemente trata-se de uma confusão provocada pela semelhança do nome. Não encontramos ligação entre José Tous Roca e o Auto-Tours, que simulava uma viagem de carro através de projeção cinematográfica, tal como o famoso *Hale’s Tour*. A atração foi posteriormente divulgada como “cinema-automóvel”.

[224] A. D. Trusz, *Entre lanternas mágicas e cinematógrafos: as origens do espetáculo cinematográfico em Porto Alegre: 1861-1908*, São Paulo: Ecofalante, 2010, pp. 323-324.

em pastelarias, onde o conhecido exibidor H. Kaurt se apresentara no início do ano.²²⁵ Honorato José de Souza, proprietário do Cinematógrafo Século xx, instalou, em abril de 1908, seu aparelho no Teatro São João, que, alguns meses depois, recebeu Hervet e, em novembro, a empresa De Wekt-Geskaft.²²⁶ O Teatro Politeama, por sua vez, abrigou, no segundo semestre, entre outros ambulantes, o próprio Roca. Apesar dessa intensa programação, é importante mencionar a informação do livro de Sílio Boccanera Júnior, originalmente publicado em 1919, de que, entre 1899 e 1911, quase todos os empresários que exploraram cinema em Salvador “sofreram prejuízos, devido ao alto preço, então, dos filmes e, ainda, à falta de concorrência do público”.²²⁷

Portanto, foi nesse contexto de ampla concorrência que talvez dividisse um ainda pequeno público espectador soteropolitano que, “em 21 de novembro de 1908 estreou-se o Real Cosmograf Ideal (Cinema Excelsior), da Empresa José Tour [sic] e Bella Blanca, transformista luminosa”, no Teatro Politeama.²²⁸ Pela correspondência com Ferrez, as exibições em Salvador realmente não foram bem-sucedidas financeiramente. De qualquer modo, a itinerância de Roca pelo Norte do país motivou o convite para se tornar agente de vendas da MF&F, expresso na primeira correspondência entre eles disponível, de 18 de novembro de 1908, quando Roca já estava na capital baiana: “Exibindo as fitas Pathé em vossos espetáculos necessariamente fareis reclame para esta firma e insensivelmente o público inquirirá dos meios de adquirir material idêntico ao vosso”.²²⁹

Em Salvador, Roca fez negócios, em nome da MF&F, com a empresa De Wekt-Geskaft, que ocupou o Teatro São José no período em que Roca se apresentava no Politeama, e vendeu cópias de filmes para Honorato José de

[225] Raimundo Nonato da Silva Fonseca, *Fazendo fita: cinematógrafo, cotidiano e imaginário em Salvador, 1897–1930*, Salvador: Edufba e Centro de Estudos Baianos, 2002, p. 87.

[226] R. N. S. Fonseca, *Fazendo fita: cinematógrafo, cotidiano e imaginário em Salvador, 1897–1930*, Salvador: Edufba e Centro de Estudos Baianos, 2002, p. 87. Raimundo Fonseca grafou Erve e Wekte Gerkaft, mas julgo serem erros na transcrição dos nomes conforme publicados pela imprensa na ocasião.

[227] S. Boccanera Júnior, *Os cinemas da Bahia: 1897–1918*, 2 ed., Salvador: Edufba, 2007, p. 65.

[228] S. Boccanera Júnior, *Os cinemas da Bahia: 1897–1918*, 2 ed., Salvador: Edufba, 2007, p. 54.

[229] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 18 nov. 1908, FF:FMF 2.O.1.14, AN.

Souza.²³⁰ As dificuldades encontradas em Salvador por outros exibidores eram um argumento usado pelos Ferrez para convencer Roca a abandonar a itinerância, como em carta de 30 de abril de 1909: “Soubemos por informações do operador do Jolly que ele se retirou da Bahia com altos prejuízos e isto sucederá a todos que não querem se estabelecer fixo e entrar em relações conosco”.²³¹

Em fins de dezembro de 1908, Bella Blanca e seu “Mentenconographo aperfeiçoado” (também descrito como Cosmograf Ideal) chegaram a Maceió, onde se apresentaram no Polytheama local.²³² Depois de Maceió, Roca passou ainda por Natal até chegar, em janeiro de 1909, ao Recife. A julgar pela correspondência com os Ferrez, em maio de 1909 ele estava em Manaus, instalando-se no mês seguinte em Belém, onde abriu uma agência local da MF&F.

Antes disso, porém, mesmo atendendo aos pedidos de compra de filmes por Roca, os Ferrez manifestavam claramente sua preferência pelo acerto de contratos de locação e pelo envio regular, semanal, de filmes novos, no lugar do atendimento a pedidos eventuais, mesmo que volumosos, para compra de cópias. Além de estimular que Roca deixasse de ser um exibidor itinerante e se assentasse com uma sala fixa, os Ferrez sugeriam que ele convencesse outros empresários a fazerem o mesmo, como o francês Édouard Hervet.

Hervet vinha obtendo sucesso com suas exposições itinerantes desde 1904, apresentando grande número de filmes inéditos no Brasil acompanhados da atração extra do “cinema falante”: fitas sincronizadas a fonógrafos tocando cilindros de cera da Pathé. Devido à qualidade técnica da projeção (auxiliada pelo uso

[230] Os negócios com Roca teriam levado a empresa De Wekt-Geskaft a publicar anúncio em jornais baianos se intitulando “gerente da casa Marc Ferrez e representante da Pathé de Paris”. A MF&F pediu para Roca publicar um anúncio corrigindo que a De Wekt-Geskaft podia até se chamar de *agentes*, mas jamais *gerentes* da MF&F, e, de modo algum, representantes da Pathé Frères (Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 19 nov. 1908, FF:FMF 2.0.1.14, AN). Não temos outras informações sobre essa empresa a não ser que ela havia se apresentado, em março de 1908, na cidade de Franca, no interior de São Paulo, com o nome de Internationale Kinemtophraphen de Wekt Geskaft (V. S. Azevedo, *Cinema e sociabilidade nas cidades do café: Franca e Ribeirão Preto (1890-1930)* (tese), PUC-SP, 2015, p. 160).

[231] Jolly é uma provável referência à Empresa A. Jouillie, que se apresentava de forma itinerante pelo Norte e Nordeste do Brasil desde 1906. Afinal, essa empresa realmente se apresentou no Polytheama Bahiano, em Salvador, em abril de 1909, exatamente quando Ferrez escreveu a Roca (A. B. Leite, *Memória do cinema: os ambulantes no Brasil (cinema itinerante no Brasil, 1895-1914)*, Fortaleza: Premius, 2011, p. 314).

[232] Gutenberg, 29 dez. 1908, p. 2.

dos modernos geradores de eletricidade da marca francesa Aster), Hervet estabeleceu um novo patamar para as exibições cinematográficas no Rio de Janeiro.²³³

Nascido em Castillon (Gironde), Pierre Abel Hervet (1864-1949), conhecido como Édouard, nasceu em família modesta de açougueiros. Conheceu a América Latina na juventude, na década de 1880. Já acompanhado da esposa, partiu da França novamente em 1894, passando por Nova York antes de percorrer Cuba, México, Porto Rico e Venezuela, onde fez apresentações pioneiras do cinematógrafo Lumière. De volta à França em 1903, com fortuna feita, construiu uma casa em Bordeaux. Mais uma vez acompanhado de sua esposa, partiu como exibidor itinerante, dessa vez rumo ao Brasil.²³⁴

Hervet desembarcou em Manaus, em março de 1904, seguindo itinerância pelo Norte e Nordeste até chegar ao Rio de Janeiro, em novembro daquele ano, onde se apresentou com sucesso no Teatro Lírico. Passou por São Paulo e prosseguiu por Curitiba e Porto Alegre, voltando ao Rio um ano depois, em outubro de 1905, depois seguindo novamente para cidades do Nordeste e do Norte. Depois de temporadas, por exemplo, em São Luís, Manaus, Recife e Macaé, voltou ao Sudeste no segundo semestre de 1907. Dessa vez, porém, sentiu a concorrência com as recém-inauguradas salas fixas no Rio de Janeiro, como já mencionado.²³⁵ Sequer passou por São Paulo, voltando às praças do Nordeste e Norte do país, em busca de melhor acolhida. Entretanto, de acordo com a correspondência entre os Ferrez e Roca, sabemos que Hervet foi mais um que havia se retirado da Bahia com prejuízo em 1908.

Foi nessa situação que, em carta de 30 de abril de 1909, a MF&F sugeria a Roca entrar em contato com Hervet, que costumava se abastecer de filmes

[233] A. Gonzaga, *Palácios e poeiras: 100 anos de cinema no Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: Record, 1996, p. 70; Anotações de Adhemar Gonzaga, Arquivo Cinédia.

[234] Jean-Claude Seguin Vergara, "Édouard-Hervet", em *Le Grimh: Groupe de Réflexion sur l'Image dans le Monde Hispanique*. Disponível em <<https://le.grimh.org>>. Acesso em 13 jan. 2021; Naida García-Crespo, *Stateless Nation Building: Early Puerto Rican Cinema and Identity Formation (1897-1940)* (tese), University of Illinois, 2015, pp. 60-62; Jean-Jacques Meusy, *Écrans Français de l'entre-deux-guerres: L'apogée de 'l'art muet'*, Paris: AFRHC, 2017, p. 155; Leite, *Memória do cinema*, p. 248.

[235] Em 4 de outubro de 1907, em meio a sua temporada no Teatro Lírico, no Rio de Janeiro, Hervet anunciou no *Jornal do Commercio* a venda de "uma coleção de vistas cinematográficas em perfeito estado". Talvez ele tivesse sentido a necessidade de atualizar seu estoque de filmes ao tomar contato com a programação dos novos cinemas fixos, como o Parisiense e Pathé. Agradeço a José Inácio de Melo Souza a indicação desse anúncio.

novos na Europa, para “ele se estabelecer fixo num lugar ou mesmo viajar entre dois ou três estados, mas que compre uma coleção nossa ou fique freguês para o aluguel constante da coleção”. Àquela altura, Hervet tinha encerrado temporadas em Manaus e São Luís, permanecendo na região Norte. O agente da MF&F deveria convencer exibidores ambulantes como Hervet a se estabelecerem “fixos” e passarem e alugar ou comprar filmes dos Ferrez, indicando a possibilidade de combinar as duas práticas: “Isto de estar fixo não impede empresas viajando pelo interior dos estados, o que tem sido mal explorado. Todos ficção [sic] na praia e ninguém se enterna [sic]”.²³⁶ Com Roca estabelecendo uma sucursal da MF&F em Belém, a expectativa era que ele dominasse o mercado da região com o aluguel das novidades Pathé Frères e enfrentasse os concorrentes: “caso ele [Hervet] não queira entrar em relações e nos comprar [filmes], toda guerra será pouca”.²³⁷ Apesar do discurso belicista, em outras cartas os Ferrez enfatizavam a importância de tentar entrar em bons termos com Hervet para evitar conflitos, podendo oferecer a ele um prazo mais longo de permanência dos filmes alugados para satisfazer suas necessidades.²³⁸

Aparentemente, não houve acordo. Em carta de 23 de junho de 1909, os Ferrez informavam Roca que Hervet encontrava-se então em Paris, cansado e disposto a vender tudo: “Esta é a prova evidente de que o homem está sentindo as pernas fracas para fugir à nossa guerra”.²³⁹ Mas o experiente exibidor, então com 46 anos, retornou mais uma vez ao Brasil no ano seguinte, apresentando-se em Belém e Recife, entre julho e setembro de 1910, onde já encontrou também salas fixas em pleno funcionamento. No mês seguinte, Hervet capitulou definitivamente: em anúncio nos jornais cariocas colocou à venda seu estoque de filmes e equipamentos. Os Ferrez não teriam mais a concorrência do mais bem-sucedido exibidor ambulante a trabalhar com filmes Pathé Frères. Aliás, foi somente no seu país natal que Hervet abriu um cinema fixo. Em Bordeaux, iniciou em 1914 a construção do Ciné-Theatre Girondin, cuja

[236] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 30 abr. 1909, FF:FMF 2.0.1.14, AN.

[237] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 2 maio 1909, FF:FMF 2.0.1.14, AN.

[238] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 17 maio 1909, FF:FMF 2.0.1.14, AN.

[239] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 23 jun. 1909, FF:FMF 2.0.1.14, AN.

arquitetura misturava elementos *art nouveau* e sul-americanos, provavelmente reminescentes dos longos anos que o francês excursionou pelo continente.²⁴⁰

Na correspondência entre os Ferrez e Roca, há ainda relatos sobre o enfrentamento de outro veterano exibidor itinerante, o italiano Vittorio Di Maio, que retornando da Europa para Fortaleza abriu o Cinematographo Art-Nouveau, o primeiro cinema fixo da capital cearense, em 26 de agosto de 1908. Di Maio passou a exhibir as novidades da Pathé Frères em Fortaleza, tendo feito contrato com a MF&F em dezembro de 1908.²⁴¹

Entretanto, logo a concorrência local se ampliou e, segundo carta dos Ferrez de 30 de setembro de 1909, Di Maio tentou fazer um contrato com Arnaldo Gomes de Souza (seu conhecido desde os tempos do Passeio Público), para este lhe fornecer os programas depois de exibidos no cinematógrafo Pathé, do Rio de Janeiro, em vez de continuar negociando diretamente com a MF&F. “Porém, o vamos ‘capar’ de todos os meios”, escrevia Julio Ferrez.²⁴² Afinal, a MF&F já tinha assinado contrato com Henrique Mesiano, proprietário do cinema Rio Branco, inaugurado em Fortaleza poucos dias antes.²⁴³ Desse modo, Mesiano estrearia as novidades Pathé Frères na capital cearense antes de Di Maio. Os Ferrez achavam que isso faria com que Di Maio também negociasse com a MF&F, mas o exibidor passou a exhibir filmes americanos da Biograph, provavelmente adquiridos de Angelino Stamile.²⁴⁴

Mesmo no Norte do Brasil, o tempo dos ambulantes estava definitivamente chegando ao fim e a era dos distribuidores de filmes estava justamente começando.

[240] J. Meusy, *Écrans Français de l'Entre-deux-guerres: L'Apogée de 'l'Art Muet'*, Paris: AFRHC, 2017, pp. 154-155.

[241] Ary Bezerra Leite, *Fortaleza e a era do cinema: pesquisa histórica (1891-1931)*, Fortaleza: Secretaria da Cultura e Desporto do Estado do Ceará, 1995, pp. 133-135.

[242] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 30 set. 1909, FF:FMF 2.0.1.14, AN.

[243] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 15 dez. 1909, FF:FMF 2.0.1.14, AN.

[244] A. B. Leite, *Fortaleza e a era do cinema: pesquisa histórica (1891-1931)*, Fortaleza: Secretaria da Cultura e Desporto do Estado do Ceará, 1995, pp. 138-139.

Fomentando e disputando o mercado cinematográfico no Norte e Nordeste

Além da “guerra” aos exibidores itinerantes, uma das medidas principais da MF&F para expandir seus negócios ao redor do Brasil foi inibir a concorrência representada pela compra de filmes novos diretamente na Europa pelos exibidores brasileiros, inclusive da própria Pathé Frères. Essa era a prática comum até então e que prescindia da intermediação oferecida por distribuidores como a MF&F.

Como apresentado no primeiro capítulo, no início de 1908, até mesmo o pioneiro exibidor carioca Jácomo Rosário Staffa suspendeu a importação de filmes da Pathé Frères diante da ação dos agentes brasileiros. Para garantir essa exclusividade, os Ferrez contavam com a colaboração da própria companhia francesa, que os mantinham informados sobre negócios travados diretamente em Paris, como no caso de uma pequena compra, em 1909, por Marius & Levy, comerciantes e importadores franceses sediados em Manaus.²⁴⁵ O risco representado pela concorrência por importação direta talvez fosse maior no Norte do Brasil, principalmente em cidades enriquecidas pelo ciclo da borracha, como Belém, cuja conexão comercial marítima com a Europa era eventualmente tão ou mais frequente do que com o Rio de Janeiro. Daí vinha a importância do trabalho de Roca como agente da MF&F na região.

De qualquer modo, aparentemente demonstrando o sucesso obtido no domínio da distribuição de filmes Pathé Frères no Brasil, em carta de 17 de maio de 1909, os Ferrez relatavam a Roca que as empresas Marius & Levy e Fontes Filho “são os únicos fregueses que ainda não passam [*sic*] por nossas mãos embora tenhamos comissão”, informando que o segundo comprava em Paris “por intermédio da casa Paiva, Laurent & Cia”.²⁴⁶ O comentário confirma ainda que, mesmo na eventual compra direta de filmes em Paris, os Ferrez recebiam comissão no caso de clientes brasileiros, esquema que a MF&F repetiu no Brasil com seus agentes regionais, como o próprio Roca.

Em último caso, os Ferrez podiam jogar mais duro, em estreita parceria com a Pathé Frères, caso alguns potenciais clientes insistissem na importação

[245] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 30 abr. 1909, FF:FMF 2.0.1.14, AN.

[246] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro 17 maio 1909, FF:FMF 2.0.1.14, AN.

direto da Europa. Em anotação manuscrita na lateral da mesma carta de 17 de maio de 1909, os Ferrez instruíam Roca: “No caso de quisermos suspender as compras em Paris também poderemos. Não fale nisso senão em último recurso”. Mesmo com essa possibilidade, a tática principal dos Ferrez era o convencimento dos exibidores de que o principal atrativo de uma sala de cinema, inclusive frente aos concorrentes locais, era exhibir, sempre em primeira mão, os mais recentes filmes fabricados pela Pathé Frères. E no Brasil, argumentavam, isso só seria possível através da MF&F.

Em meados de 1909, a locação de filmes se tornaria mais fácil para os exibidores do Norte e Nordeste com a previsão de instalação de uma filial da MF&F em Belém por José Tous Roca. Nesse momento, os Ferrez propunham dar início ao envio regular das novidades Pathé Frères para seu agente regional. A proposta inicial era o envio semanal de uma coleção de 1.500 metros, depreciadas após sua exibição no Rio de Janeiro, pelo “preço excepcional” de 500 réis o metro. Ou seja, metade do preço pago pelo aluguel em primeira mão no Rio de Janeiro por se tratarem de cópias já estreadas. Os Ferrez instruíam Roca no sentido de tentar alugar essas cópias para mais de um cliente. A única vantagem no caso da eventual venda das coleções para um exibidor local seria a possibilidade de convencer outro concorrente a também comprar, embora os Ferrez alertassem que não conseguiriam mandar três ou quatro cópias das coleções por esses mesmos preços.²⁴⁷

Algumas semanas depois, os Ferrez fizeram uma outra proposta a Roca, alegando que o acordo anterior não era mais possível devido a novos negócios “para o Sul”. Em vez de lhe vender, por 500 réis o metro, uma coleção após o primeiro aluguel no Rio de Janeiro, portanto semi-novas (tal como fora o primeiro acordo com Serrador em 1908), os Ferrez tentavam convencer Roca a comprar mensalmente “uma coleção completa nova”, por 1\$000 réis o metro, vinda diretamente da Europa para ser exibida no Norte do país, simultaneamente ao Rio de Janeiro.²⁴⁸

O argumento para lhe vender uma coleção nova por um preço duas vezes maior era a garantia do ineditismo. Quando havia proposto o primeiro negócio,

[247] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 2 maio 1909, FF:-FMF 2.O.1.14, AN.

[248] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 9 jun. 1909, FF:FMF 2.O.1.14, AN.

Julio Ferrez assegurou a rapidez no envio das cópias após a primeira locação: “para evitar concorrência da Europa ou especulação de qualquer exibidor do Rio [que comprasse os lançamentos dos Ferrez], vamos remeter as últimas novidades, talvez com um atraso do Rio de uma semana”.²⁴⁹ Entretanto, isso poderia não ser suficiente para manter o ineditismo. Como era explicitado em carta posterior, a Pathé Frères só podia vender cópias de seus últimos lançamentos para qualquer cliente brasileiro trinta dias após o envio desses títulos para a MF&F. Ou seja, os Ferrez tinham um mês de exclusividade dos programas antes deles estarem acessíveis para outros clientes, em Paris.²⁵⁰

Como era explicado por Julio Ferrez, as cópias chegavam ao Rio e permaneciam no escritório da MF&F por cerca de oito dias antes de serem alugadas aos exibidores cariocas, por outros oito dias. Assim, esses programas só podiam ser embarcados para o Norte e Nordeste cerca de quinze dias após sua chegada ao Brasil. Descontando o tempo de viagem e possíveis atrasos no transporte marítimo, a demora de mais doze dias para esses filmes chegarem nos cinemas de Manaus e Belém poderia, conseqüentemente, fazer com que um “exibidor qualquer podia se lembrar de mandar vir da Europa e facilmente pelo correio conseguiria obter as fitas antes do que o amigo que se está anunciando como representante”. Diante disso, havia o risco de um “fiasco para o sr. Tous, para Marc Ferrez & Filhos e o público pensaria também que a casa Pathé brinca e engana os seus representantes”.²⁵¹

Como bom comerciante, Julio Ferrez argumentava que o ineditismo nas capitais do Amazonas ou Pará só poderia ser garantido com o envio direto das

[249] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 2 maio 1909, FF:FMF 2.O.1.14, AN.

[250] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 9 jun. 1909, FF:FMF 2.O.1.14, AN. Um carta publicada na imprensa em fevereiro de 1911 dava a entender que essa prática tinha se consolidado com todos os fabricantes europeus: “Quando Arnaldo & C. tinham [a exclusividade para exhibir] as fitas Cines, o sr. Staffa, em Paris, procurou o agente da companhia Cines e pediu-lhe que lhe vendesse as fitas, isto, antes de estarem expostas à venda, por não ter passado o prazo ajustado com os agentes de fora”. O missivista dizia que Staffa teria prometido não lançar os filmes no Brasil antes do período de exclusividade do concorrente, mas descumpriu o combinado, levando Arnaldo a devolver suas cópias pelos filmes já terem sido estreadas por Staffa, dando grande prejuízo ao agente da Cines (A. Gonzaga, *Palácios e poeiras: 100 anos de cinema no Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: Record, 1996, p. 107, grifo meu).

[251] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 9 jun. 1909, FF:FMF 2.O.1.14, AN.

novidades Pathé Frères sem locações prévias no Rio de Janeiro. Apesar do alto investimento, o negócio poderia ser facilmente compensador. Julio citava o exemplo de seu agente em Santos: “ele aluga a um exibidor de Santos por 400 réis o metro, a um em São Vicente a 400 réis (cada qual trabalha as fitas uma semana) e depois as vende a 400 réis a outro. Assim, sem quase fazer nada [...] ganha ainda 200 réis na transação”. Ou seja, com duas locações e uma venda, o agente santista obteria renda de 1\$200 réis por metro de filme comprado por 1\$000 réis, o que representaria lucro semanal de 300\$000 para cada coleção de novidades. Julio sugeria que Roca fizesse o mesmo, alugando as cópias novas para que um exibidor no Pará as exibisse durante uma semana (por 500 réis o metro), depois as vendendo para um exibidor em Manaus por 600 réis o metro. Caso conseguisse alugar as cópias em Manaus, em vez de vendê-las (cobrando 400 réis pela locação), Roca poderia ter ainda mais lucro ao “começar um aluguel aos pequenos exibidores do Maranhão ou vender a 300 réis o metro”. A estratégia era rentabilizar ao máximo as cópias combinando locação (mais de uma, se possível) e venda.²⁵²

Mas como os custos mensais para importação de uma coleção completa da Pathé Frères eram bastante altos, Roca relutou em aceitar. Pela continuidade da correspondência, percebemos que ele seguiu comprando cópias já estreadas, embora os Ferrez continuassem tentando convencê-lo a adquirir uma coleção nova oferecendo, por exemplo, um prazo mais longo para pagamento.²⁵³ O fato é que, como Julio Ferrez notava em meados de 1909, “todo o Norte ainda nada começou verdadeiramente a trabalhar”, referindo-se a um cenário de muitos empresários interessados em ingressar no novo ramo, mas poucas salas fixas abertas ou locações já contratadas. Ainda assim, acreditavam que um *boom* estava próximo e que eles deveriam estar preparados.²⁵⁴ Para a abertura de uma sala fixa, além de projetores, filmes e acessórios (bastões de carvão, vistas fixas etc.), a MF&F oferecia, ainda, a instalação elétrica e as cadeiras, cuidando também de possíveis obras necessárias para a instalação do cinema. Os Ferrez

[252] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 9 jun. 1909, FF:FMF 2.0.1.14, AN.

[253] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 29 jun. 1909, FF:FMF 2.0.1.14, AN.

[254] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 17 jun. 1909, FF:FMF 2.0.1.14, AN.

indicavam até projetionistas, geralmente jovens treinados no Rio de Janeiro e enviados para trabalharem em outro estado.²⁵⁵

De fato, a cidade de Recife, por exemplo, começou a viver a febre do cinematógrafo com abertura de cinemas fixos apenas no segundo semestre de 1909, sob o forte estímulo da atuação da MF&F. A primeira sala fixa da capital pernambucana foi justamente o cinema Pathé, inaugurado em 27 de julho de 1909. Na correspondência com Roca, Julio Ferrez relatou contatos iniciais com o seu proprietário, “o sr. Guedes Pereira”, descrevendo-o como dono de serraria e “homem de recursos”.²⁵⁶

Como foi divulgado na imprensa recifense na ocasião da inauguração do cinema Pathé, tanto o “operador como seus pertences e material de eletricidade” haviam sido fornecidos pela Marc Ferrez & Filhos. Não se tratava apenas da venda dos equipamentos de projeção, mas também fornecimento de filmes, como a mesma notícia informava: “O cinema Pathé receberá, todos os meses, filmes novos da sucursal do Rio de Janeiro e diretamente da casa Pathé Freres”.²⁵⁷

Nas cartas enviadas por Julio Ferrez a Roca, ele relata uma difícil negociação com Guedes, referindo-se à recusa do exibidor em aceitar os preços e o desejo de ter exclusividade da Pathé Frères na cidade, o que, como já visto, a MF&F não fazia mais desde o ano anterior, após o incidente com Staffa no Rio de Janeiro. Julio reproduziu o telegrama que teria enviado a Guedes após um impasse na negociação: “Roca quando saiu do Rio levava vossa recusa para pagar mais e, portanto, foi procurar pessoa com quem pudesse ter benefícios. Encontrou essa pessoa e com ela fechou negócio: agora para obterdes as mesmas fitas tereis que comprar em estado novo, assim como elas vão lá”. Julio previa que Guedes ficaria furioso, mas afirmava ter sido sua culpa, por não ter aceitado seus conselhos.²⁵⁸

A “pessoa” a que Julio se referia era a empresa Ramos & Cia, que inaugurou em Recife, dia 6 de novembro de 1909, o cinema Royal, em direta concorrência

[255] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 25 set. 1909, FF:FMF 2.O.1.14, AN.

[256] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 17 jun. 1909, FF:FMF 2.O.1.14, AN; carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro 29 jun. 1909, FF:FMF 2.O.1.14, AN.

[257] *Jornal Pequeno*, 26 jul. 1909, p. 3, em Felipe Davson Pereira Silva, *Novidade, imaginário e sedentarização: o espetáculo cinematográfico no Recife (1896–1909)* (dissertação), UFRPE, 2018, p. 126.

[258] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 25 set. 1909, FF:FMF 2.O.1.14, AN.

com o cinema Pathé, de Guedes. A nova sala divulgava, em 18 de novembro, ser o único cinema em Pernambuco “que tem contrato com a agente geral no Brasil da Casa Pathé Frères”.²⁵⁹ Algumas semanas depois, após os Ferrez terem provavelmente convencido Ramos & Cia a alugar uma coleção totalmente nova da Pathé Frères diretamente da Europa e sem locações prévias, o cinema Royal anunciou ser o “único estabelecimento em Pernambuco que apresenta ao público as maiores novidades da Casa Pathé Frères de Paris, no mesmo dia em que são exibidas no Rio de Janeiro”.²⁶⁰

A primazia do cinema Royal durou poucos meses, pois Guedes certamente sentiu a concorrência. Em fins de março de 1910, vários jornais recifenses publicaram a notícia de que o proprietário do cinema Pathé, José Ignacio Guedes Pereira Filho, tinha assinado contrato com a MF&F, em 4 de fevereiro, com validade de um ano, “para exibição de suas fitas cinematográficas” no cinema Pathé.²⁶¹ Os anúncios da sala deram destaque à novidade do fornecimento de filmes inéditos em primeira mão: “A Empresa previne aos srs. espectadores que, absolutamente, não exhibe no seu estabelecimento fitas já vistas em casas congêneres desta capital. Pathé só Pathé!! Sempre novidades!!”.²⁶²

Na verdade, provavelmente informando a Guedes não ter outra coleção disponível para primeira locação como fora acertado com Ramos & Cia, a MF&F convenceu o proprietário do cinema Pathé a comprar uma coleção inteiramente nova, como única alternativa para estreitar os filmes conjuntamente com seu concorrente. Como os Ferrez previam, a concorrência entre salas fixas era o melhor impulso para seus negócios de distribuição.

Já em Fortaleza, os cinemas fixos surgiram antes da capital pernambucana. Como mencionado, Di Maio abriu em 26 de agosto de 1908 o Art-Nouveau, o primeiro cinema fixo da capital cearense. Entretanto, foi também em 1909 que a concorrência em Fortaleza se acirrou, novamente com grande influência da MF&F. Em 1º de junho, foi inaugurado o Cassino Cearense, nos fundos da Casa Palhabote (prédio comercial com múltiplas atividades), de propriedade de Julio

[259] *Jornal Pequeno*, 18 nov. 1909, p. 2. Embora não exista cópia de contrato entre a MF&F e Ramos & Cia no fundo Família Ferrez, há evidências de que ele foi assinado em 24 de setembro de 1909. Ver Recibo de devolução de caução de 3 contos de réis, 8 jul. 1910, FF-FMF 2.0.5.2.10, AN.

[260] *Jornal Pequeno*, 6 dez. 1909, p. 2.

[261] *Diário de Pernambuco*, 27 mar. 1910, p. 1; *A Província*, 27 mar. 1910, p. 3.

[262] *Diário de Pernambuco*, 29 mar. 1910, p. 3.

Pinto, que estabeleceu contrato de locação de filmes Pathé Frères desde a abertura do cinema.²⁶³

Ainda em Fortaleza, mas em 4 de setembro de 1909, foi aberto o cinema Rio Branco, de propriedade de Roberto Muratori e Antonio Mesiano. Embora o irmão do segundo, Henrique Mesiano, tenha sido quem se dedicou mais intensamente ao negócio, foi o outro irmão, Carlos Mesiano, quem assinou o contrato com a MF&F.²⁶⁴ O acordo estabelecia o envio mensal das novidades Pathé (6 a 7 mil metros, correspondentes aos 1.500 metros semanais), pagando 150 réis o metro por cada dia de exibição. O exibidor permaneceria com as cópias por 8 dias, comprometendo-se a exibi-las “pelo menos 3 a 4 vezes no mesmo local”.²⁶⁵ Na época da inauguração do Rio Branco, Julio Ferrez comentava com Roca que Mesiano estava satisfeito com o negócio e vinha fazendo pagamentos muito corretos.²⁶⁶

Entretanto, como já indicado, a concorrência crescente impactou o mercado, inclusive na região Nordeste, em fins de 1909. Na correspondência de Julio Ferrez com seu agente regional, tornavam-se mais frequentes pedidos de descontos no preço da locação de filmes por clientes como Mesiano, enquanto a dívida de Roca com a MF&F se acumulava.²⁶⁷ Para tentar solucionar esses problemas, em março de 1910, os Ferrez propuseram a Roca um novo arranjo para o fornecimento de cópias para o Norte e Nordeste, de forma a baratear os custos para seus clientes. O acordo baseava-se no melhor aproveitamento da importação mensal de uma coleção nova exclusivamente para a região, compreendendo 7 mil metros

[263] Leite afirmou que o Cassino Cearense pertencia à Empresa Carvalho & Cia, sendo reinaugurado, em 20 de setembro, como Cinema Julio Pinto. Entretanto, pelas cartas de Julio Ferrez é possível atestar que a negociação se deu, desde a abertura do Cassino Cearense, com o empresário Julio Pinto. Ver A. B. Leite, *Fortaleza e a era do cinema: pesquisa histórica (1891-1931)*, Fortaleza: Secretaria da Cultura e Desporto do Estado do Ceará, 1995, pp. 153-155; Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 17 maio 1909, FF:FMF 2.O.1.14, AN; Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 9 jun. 1909, FF:FMF 2.O.1.14, AN.

[264] A. B. Leite, *Fortaleza e a era do cinema: pesquisa histórica (1891-1931)*, Fortaleza: Secretaria da Cultura e Desporto do Estado do Ceará, 1995, pp. 179 e 199-200.

[265] Contrato entre José Tous Roca e Carlos Mesiano, 22 jul. 1909, FF:FMF 2.O.1.14, AN.

[266] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 25 set. 1909, FF:FMF 2.O.1.14, AN.

[267] Ferrez dizia a Roca que Mesiano pedia descontos “alegando a concorrência, que tinha fitas baratíssimas, os preços de entrada reduzidos, a pouca frequência nos dias da semana etc. etc. (choradeira habitual)”. Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 29 mar. 1910, FF:FMF 2.O.1.14, AN.

de filmes que, devido aos filmes coloridos, custaria aproximadamente 8 contos de réis (8:000\$000) por mês – um pouco superior, portanto, ao valor padrão de 1\$000 réis o metro. Esse programa novo iria diretamente a Recife, para a primeira locação por Ramos & Cia, que estrearia as últimas novidades da Pathé Frères simultaneamente aos exibidores cariocas, indo em seguida para Mesiano, em Fortaleza e, por último, para Belém, onde Roca compraria as cópias após essas duas locações, portanto, já depreciadas. Os custos seriam divididos entre Ramos, que já vinha pagando 500 réis o metro (o que resultava em 3,5 contos por mês); por Mesiano, que alegava só poder se comprometer com até 2 contos de réis por mês (o que significava 285 réis por metro)²⁶⁸; e, por fim, por Roca, em Belém, que deveria arcar com a diferença para se chegar ao valor total de 8 contos. Assim, Roca compraria as cópias (depois de exibidas em Recife e Fortaleza) por 2,5 contos de réis mensais, o que daria cerca de 357 réis o metro de filme, ao invés dos 500 réis (após uma locação no Rio de Janeiro) que vinha pagando até então.²⁶⁹

Tabela 1 Negociação com clientes do Norte e Nordeste pela MF&F para venda e aluguel de coleção de novidades Pathé em 1910

<i>Cidade</i>	<i>Cliente</i>	<i>Tipo de negócio</i>	<i>Valor mensal</i>	<i>Preço por metro de filme</i>
Fortaleza	Mesiano	1º aluguel	3:500\$000	\$500
Recife	Ramos	2º aluguel	2:000\$000	\$285
Belém	Roca	Venda	2:500\$000	\$357
Valor total obtido pela MF&F por coleção de 7 mil metros de filmes novos, enviada mensalmente para as regiões Norte e Nordeste.			8:000\$000	1\$142 (1\$000 + extra pelos filmes coloridos)

[268] Ao estabelecer o valor de 150 mil réis o metro *por exibição*, com o compromisso de três ou quatro exibições, o contrato feito em 1909 com Mesiano fazia com que, na prática, o custo de locação para o exibidor cearense variasse entre 450 a 600 réis o metro.

[269] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 29 mar. 1910, FF:FMF 2.0.1.14, AN; carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 8 abr. 1910, FF:FMF 2.0.1.14, AN; carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 15 abr. 1910, FF:FMF 2.0.1.14, AN.

Em abril de 1910, o arranjo já estava funcionando e explicitava a difícil dinâmica que os Ferrez tinham que organizar para tentar rentabilizar da melhor maneira possível as locações e venda das cópias de diferentes coleções que eles importavam, de modo a conseguir atender clientes de diversas regiões do país. A MF&F buscava ampliar o volume de negócios, mas principalmente tentava comprometer os exibidores com aquisições regulares, exatamente como a Pathé Frères fazia com os próprios Ferrez.

Entretanto, no Recife, em 1910, também ocorreram conflitos semelhantes aos que aconteciam no Rio de Janeiro, devido à pouca variedade de filmes inéditos para atender a um número crescente de exibidores concorrentes. Afinal de contas, na capital pernambucana, os cinemas Pathé e Royal vinham recebendo, cada um, simultaneamente, as mesmas coleções de novidades Pathé Frères. Com grande esforço, Guedes vinha comprando as cópias, enquanto Ramos, como vimos, fazia a primeira locação da coleção que depois iria para Fortaleza e terminaria em Belém. Assim que recebiam os programas novos semanais, os dois empresários pernambucanos exibiam imediatamente todas as fitas inéditas em programas muito longos e cansativos, para não correr o risco de uma sala exibir um filme antes da outra. Os Ferrez tiveram que contratar um funcionário em Recife para dividir os programas em duas partes e fornecê-los com intervalos de 3 dias, pois os filmes estavam sendo exibidos “sem fazer reclamações e descrições impressas a fim de preparar o espírito do público”.²⁷⁰

Além disso, exibindo o programa semanal de 1.500 metros de filmes novos franceses em apenas dois ou três dias, os exibidores acabavam tendo que recorrer a outros fornecedores para completar a programação da semana. Entretanto, o exibidor do cine Royal recusava todas as alternativas sugeridas pelos Ferrez, como separar as novidades em dois programas diferentes, mantendo em comum somente os *films d'art*, numa “divisão de ineditismo”, exatamente como era feito no Rio de Janeiro entre os cinemas Pathé e Odeon.²⁷¹

Ao final, Ramos não aguentou a disputa com Guedes Pereira e desistiu das

[270] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 12 maio 1910, FF:FMF 2.O.1.14, AN.

[271] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 27 maio 1910, FF:FMF 2.O.1.14, AN.

fitas Pathé Frères.²⁷² De fato, o cinema Royal passou a exibir filmes de outros fabricantes, como os da Biograph, fornecidos por Stamile. Entretanto, dali a um ano, após Roca deixar a filial de Belém e retornar à Europa, o cinema Royal voltou não somente a exibir as novidades Pathé, como também assumiu a representação da MF&F em todos os estados do Norte.²⁷³

Consequências do crescimento dos filmes e do mercado

A crise anunciada pelos Ferrez já no final de 1909 culminou em claras consequências no ano seguinte. O aumento da concorrência por outros distribuidores e marcas, a constante queixa dos exibidores quanto ao custo do aluguel dos filmes – como o preço era por metro, quanto mais longos os filmes, mais caros eles ficavam – e a “divisão de ineditismo” que precisava ser colocada em prática para atender a pelo menos dois clientes numa mesma vizinhança: todos esses foram fatores que levaram à queda no preço das novidades Pathé fornecidas pela MF&F. No Rio de Janeiro, em fins de 1910, o valor cobrado pela locação de filmes inéditos para o Kinema Kosmos, outra sala inaugurada na avenida Central, passou a ser 600 réis o metro.²⁷⁴ Em 1911, esse preço também era praticado no contrato da MF&F com o recente cinema Avenida, aberto naquele ano no principal *boulevard* carioca.²⁷⁵

A concorrência às novidades Pathé acirrou-se com o aumento no número dos agentes de fábricas europeias no Brasil, assim como pela representação de filmes americanos por Stamile. Depois de Lebre e Sestini, agentes da Gaumont e Cines, respectivamente, surgiu em 1910 um terceiro nome de destaque: Jules Blum, representante exclusivo da francesa Éclair.²⁷⁶ Além da origem europeia,

[272] Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 10 jun. 1910, FF:FMF 2.0.1.14, AN.

[273] *A Província*, 20 jun. 1911, p. 2.

[274] Marc Ferrez & Filhos, Contrato para fornecimento de filmes Pathé Frères a Rutowich, Ribeiro & C., 2 dez. 1910, FF:FMF 2.0.5.2, AN.

[275] Marc Ferrez & Filhos, Contrato para fornecimento de fitas Pathé Frères a Castro Guidão & C., 15 abr. 1911, FF:FMF 2.0.5.2, AN. A sessão inaugural para convidados do cinema Avenida, localizado na esquina da avenida Central com a rua da Assembleia, ocorreu dia 29 de maio de 1911 (*O Paiz*, 30 maio 1911, p. 3).

[276] Ver anúncio, por exemplo, em *O Paiz*, 5 abr. 1910, p. 11.

o italiano Sestini e os franceses Lebre e Blum tinham em comum o fato de já atuarem na representação de produtos estrangeiros no Brasil: Lebre de maquinários franceses, Sestini dos carros Lancia e outros produtos italianos, Blum dos papéis de cigarro franceses Abadie. Esses três empresários simplesmente incorporaram fitas cinematográficas em seus negócios.

Neste momento, é necessário discutir um pouco mais a atuação de agentes como Lebre, Sestini e Blum, que foram caracterizados por José Inácio de Melo Souza como “distribuidores independentes” por agirem “independentemente do sistema importação-exibição para um cinema exclusivo”, ou seja, diferentemente dos exibidores-distribuidores.²⁷⁷ Não achamos indícios que mostrem que Lebre, Sestini ou Blum tivessem a estrutura necessária (que a MF&F, por sua vez, possuía) para trabalharem com a locação de filmes em grande escala, que exigia o já descrito trabalho de logística de transporte de cópias, assim como o de constante revisão e organização de estoque.²⁷⁸

Portanto, é plausível supor que esses agentes inicialmente tenham trabalhado, senão exclusivamente, pelo menos de forma majoritária com a venda de cópias, não com o aluguel, o que os tornava menos “distribuidores independentes” e mais “importadores de filmes”. Alberto Sestini, por exemplo, fazia projeções de seus futuros lançamentos para jornalistas e possíveis clientes em salas de exibições como o Pathé ou o Kosmos, provavelmente não dispendo de uma cabine própria de projeções como os Ferrez. Ainda são necessárias mais pesquisas para averiguar se, ao menos em capitais como Rio e São Paulo, esses agentes praticavam o “primeiro aluguel” e vendiam as cópias já estreadas, sobretudo, para clientes de outros estados.

Nesse contexto de maior variedade de oferta, uma alternativa para os exibidores se diferenciarem dos concorrentes e os representantes garantirem o escoamento de seus filmes foi o retorno a um sistema de zoneamento (*zoning*), com o estabelecimento de acordos de exclusividade entre marcas e salas lançadoras localizadas na avenida Central. A partir dos anúncios na imprensa, podemos identificar experiências desse tipo ocorrendo a partir de 1910. Em setembro desse

[277] J. I. M. Souza, *Imagens do passado: São Paulo e Rio de Janeiro nos primórdios do cinema*, São Paulo: Senac, 2004, p. 301.

[278] Uma entrevista lisonjeira com Alberto Sestini, em 1910, descreveu seu escritório mais como “um retiro de um intelectual, do que um gabinete de comerciante” (*A Estação Teatral*, n. 12, 12 set. 1910, p. 5).

ano, por exemplo, o Parisiense informava a exclusividade da Cines.²⁷⁹ Em outubro, os filmes da Éclair passaram a ser exclusivos do cinema Ouvidor.²⁸⁰ Em dezembro, o Odeon se anunciava único exibidor da Gaumont na avenida Central.²⁸¹

Entretanto, nenhuma dessas exclusividades durou muito tempo. Analisando a programação dos principais cinemas cariocas alguns meses depois, especificamente no dia 12 de maio de 1911, percebemos nesse momento o compartilhamento entre cinemas vizinhos e concorrentes dos mesmos lançamentos, isto é, a permanência da “divisão de ineditismo”.²⁸² Nesse dia, o Odeon estreava dois filmes da Pathé Frères – o filme histórico *Uma conspiração sob Henrique III* e a comédia *Sugestão do beijo*²⁸³ – acompanhados de novidades da Gaumont e Biograph. Esses mesmos dois filmes também eram lançados no cinematógrafo Pathé junto de outros da fábrica francesa. O cinema Paris exibia as mesmas fitas Biograph que o Odeon (*Depois do baile* e *As rosas brancas*),²⁸⁴ e também as mesmas da Gaumont (*Amor heroico* e *A filha do juiz de instrução*),²⁸⁵ além de três outras da Pathé Frères: todas iguais às do cinematógrafo Pathé, mas apenas *Henrique III* em comum com o Odeon. Já o cinema Ouvidor, além das mesmas fitas Biograph também estreadas no Odeon e Paris, exibia lançamentos da Lubin (*A velhice contra a mocidade*)²⁸⁶ e Edison (*Tudo por amor de uma dama* e *Uma noite de terror*).²⁸⁷

Seguindo na análise da programação, o cinema Ideal, na rua da Carioca, era outro a exibir as mesmas novidades da Gaumont (*A filha do juiz de instrução* e *Heroico amor* ou *Amor heroico*) em cartaz, também, nos cinemas Paris e Odeon. Mas em vez de Biograph e Pathé Frères, o Ideal completava seu programa com filmes da Ambrosio (*Bolas de Sabão* e *Salvadores de Robinet*)²⁸⁸ e da Itala (*Did estafeta telegráfico*),²⁸⁹ alugados de Staffa. Tratavam-se dos mesmos títulos, é

[279] *Jornal do Commercio*, 2 set. 1910, p. 16.

[280] *O Paiz*, 14 out. 1910, p. 12.

[281] *Correio da Manhã*, 6 dez. 1910, p. 6.

[282] *Paiz*, 12 maio 1911, p. 12; *Correio da Manhã*, 12 maio 1911, p. 1 o; *Gazeta de Notícias*, 12 maio 1911, p. 8.

[283] *Une conspiration sous Henri III (1578)* (dir. Camille de Morlhon, 1911); *La suggestion du baiser* (dir. Georges Monca, 1911).

[284] *After the Ball* (dir. Frank Powell, 1910) e *White Roses* (dir. Frank Powell 1910).

[285] *Heroique amour* (1911) e *La fille du juge d'instruction* (dir. Louis Feuillade, 1911).

[286] *Age versus Youth* (dir. Harry Solter, 1911).

[287] *All for the Love of a Lady* (1911) e *A Night of a Terror* (dir. Edwin S. Porter, 1911).

[288] *Le bolle di sapone* (1911) e *Robinet ed i salvatori* (1911).

[289] *Cretinetti fattorino telegrafico* (1911).

claro, do cinema Parisiense, que apresentava um programa ainda com fitas de estoque da Vitagraph e Pathé, além de um filme natural da Ambrosio. Já o cinema Soberano exibia os já citados lançamentos da Biograph e Lubin, além de outra fita de estoque da Vitagraph, buscando uma programação diferente do Ideal, seu concorrente na mesma rua.

Portanto, esse instantâneo do dia 12 de maio de 1911 nos permite identificar que, naquele momento, os cinemas Pathé, Odeon e Paris tinham, os três, contratos para lançamentos de novidades com a MF&F (Pathé Frères). O Odeon e o Paris eram clientes ainda de Lebre (Gaumont) e de Stamile (Biograph), cujo lançador era o Ouvidor. O Soberano também tinha contrato com Stamile, enquanto o Ideal tinha contrato com Lebre e com Staffa (Ambrosio e Itala), cujo lançador era o Parisiense.

Diante desse cenário, um acordo de exclusividade posterior ao cenário que acabou de ser descrito, assinado entre a MF&F (filmes Pathé Frères) e a Arnaldo & Cia (cinema Pathé), nos traz mais informações sobre as condições desses contratos. Através de uma troca de cartas nos dias 4 e 7 de agosto de 1911, sabemos que, a partir do dia 15 daquele mês, a empresa do cinema Pathé passaria a pagar 1\$200 réis o metro de filme pelo “monopólio” das novidades da fábrica francesa na avenida Central – o que, na prática, substituía a locação para dois exibidores por 600 réis o metro. Como “compensação”, as cópias do *Pathé Jornal* não seriam cobradas.²⁹⁰ O cinema de Arnaldo & Cia passou a anunciar a exclusividade da Pathé Frères na avenida Central com o slogan “Pathé só no Pathé”.²⁹¹

Se o surgimento de *agentes* como Lebre, Sestini e Blum já foi destacado nas pesquisas sobre o cinema no Brasil, há uma empresa distribuidora praticamente desconhecida dos historiadores, mas que teve um papel crucial nesse período. Trata-se da Empresa Cinematográfica Internacional (ECI), localizada no número 26 da rua Sachet (antiga travessa do Ouvidor) e criada por volta de dezembro de 1909.²⁹² Em 3 de janeiro de 1910, apareceram os primeiros anúncios de aluguel e venda de cópias pela ECI, aparentemente associada ao cinema Carioca, no largo da

[290] Carta de Marc Ferrez & Filhos para Arnaldo & C., Rio de Janeiro, 4 ago. 1911, FF:FMF 2.0.1.1, AN; carta de Arnaldo & C. para Marc Ferrez & Filhos, Rio de Janeiro, 7 ago. 1911, FF:FMF 2.0.1.1, AN.

[291] *O Paiz*, 15 ago. 1911, p. 12.

[292] Um anúncio em 1911 informava que a ECI, “desde o mês de dezembro de 1909”, vinha alugando fitas da Pathé Frères (*O Paiz*, 15 ago. 1911, p. 12).

Carioca, 18.²⁹³ Seis meses antes, o cinema Carioca havia assinado contrato com a MF&F para a compra semanal de uma coleção das novidades Pathé, incluindo os *films d'art*. Ao fechar as portas naquele mesmo mês de janeiro de 1910, o cinema certamente possuía um razoável estoque de cópias de filmes recentes da Pathé.

Aparentemente, o estoque de cópias de filmes do cinema Carioca foi vendido para a ECI. Enquanto a sala de exibição pertencia à empresa Oliveira & Cia, o nome por trás da Empresa Cinematográfica Internacional era o de Leon Jacob, de provável nacionalidade francesa.²⁹⁴ Além de divulgar um estoque de 400 mil metros de cópias de filmes antigos (um provável exagero publicitário), a ECI anunciava aluguel de novidades de diferentes marcas, cujas cópias eram compradas de seus agentes no Brasil, oferecendo aos exibidores contratos (“mensais, semestrais ou anuais”) para fornecimento regular de programas que podiam ser enviados a todos os estados do Brasil.²⁹⁵

Talvez a Empresa Cinematográfica Internacional possa ser, de fato, caracterizada como uma “distribuidora independente” por não estar vinculada a uma sala própria, tal como os exibidores-distribuidores. De qualquer modo, a atuação da ECI ganhou maior relevância em 1911, quando seu serviço passou gradativamente do fornecimento de programas completos, compostos por diversos filmes curtos, para a distribuição das produções cada vez mais longas (e caras), sobretudo italianas e dinamarquesas, mas também francesas, que chegavam ao mercado brasileiro. Isto é, a passagem da locação de uma certa metragem de filmes indiscriminados de uma mesma marca (como eram os “1.500 metros de novidades Pathé”) para o aluguel de títulos individuais valorizados por seus atributos específicos.

A ECI se adequava a uma nova tendência do mercado cinematográfico. Em 4 de abril de 1911, por exemplo, os cinemas Parisiense, Ideal e Haddock Lobo estrearam juntos o épico histórico *A destruição de Troia* (*La Caduta de Troia*, dir. Giovanni Pastroni, Itala, 1911), “soberbo filme da extensão de 700 metros (35 minutos de projeção) que por si constitui um programa completo [e] será acompanhado de mais duas fitas inéditas de assinalado sucesso”.²⁹⁶ No mesmo

[293] Em anúncio do cinema Carioca, era informado que “para compra e aluguel de filmes dirigir-se à Empresa Cinematográfica Internacional”. *Jornal do Brasil*, 3 jan. 1910, p. 14.

[294] Há uma carta de Leon Jacob à Marc Ferrez & Filhos escrita em francês no fundo Família Ferrez.

[295] *A Imprensa*, 6 jun. 1911, p. 8; *A Imprensa*, 15 dez. 1910, p. 3.

[296] *Correio da Manhã*, 3 abr. 1911, p. 12. *O Paiz*, 4 abr. 1911, p. 12. No dia 7 de outubro, um anúncio informava que 20 mil pessoas já tinham visto o filme em três dias de exibição no Parisiense

dia, o Ouvidor exibiu o drama *A escrava moderna* (*Den hvide Slavehandel*, dir. Alfred Cohn, Fotorama, 1910), também com 700 metros e considerado o primeiro longa-metragem dinamarquês.²⁹⁷ Da mesma forma que seus concorrentes, o Ouvidor exibia *A escrava moderna* como parte de um programa com outros dois filmes que, por isso, tinha excepcionais “1.500 metros de projeção”.²⁹⁸

Nesse ano marcado pelo sucesso de filmes estrangeiros mais longos²⁹⁹ – que tornavam comuns a mesma duração que produções locais, como *Os estranguladores* e *A viúva alegre*, já tinham apresentado antes –, a empresa de Leon Jacob realizou seus negócios através de quatro métodos diferentes. No primeiro modo, a ECI comprava cópias já estreadas para explorar novas localidades. Sua ação buscava a rentabilização dos filmes para além das primeiras localidades, ampliando as transações comerciais na mesma cidade (para um maior número de exibidores) e fora dela (negociando com exibidores de diferentes cidades e estados).

Na prática, embora se tratassem de filmes semi-novos, esse modelo não se diferenciava tanto da exploração de filmes de estoque, tal como outras empresas também se especializaram na mesma época, como a Jatahy-Cinema, do empresário e farmacêutico Honório do Prado, que alegava oferecer cópias a preços baixos, mas em “estado de conservação perfeito e garantido”.³⁰⁰ Os primeiros anúncios dessa outra distribuidora independente, ainda sem o nome de Jatahy-Cinema, foram publicados em setembro de 1910, oferecendo programas a

(*O Paiz*, 7 abr. 1911, p. 12). A partir de então, outros épicos históricos italianos foram lançados simultaneamente, com grandes anúncios no jornal, nos cinemas Parisiense, Ideal e Haddock Lobo.

[297] O crítico de *A Estação Theatral* (n. 42, 15 abr. 1911, p. 5) elogiou o filme, mas confundiu sua nacionalidade: “apresenta novidades fotográficas impecáveis, *mise-en-scène* boa e vistas bonitas. Nem parece americana...”.

[298] *Correio da Manhã*, 4 abr. 1911, p. 12. Devido ao seu sucesso, *Den hvide Slavehandel* foi inteiramente refilmado no mesmo ano pela Nordisk, com direção de August Blom e o mesmo título original, mas lançado no Brasil como *Escrava branca* e depois de *A escrava moderna*. A Nordisk produziu às pressas uma sequência, *Den hvide Slavehandels sidste Offer*, exibida pelo Ouvidor já em junho de 1911 como *O tráfico das brancas* (*Gazeta de Notícias*, 19 jun. 1911, p. 8). Informações retiradas do *Danish Film Database* no site do *Danish Film Institute*. Disponível em <<https://www.df.dk/en/english/danish-film-history>>. Acesso em 29 jan. 2021.

[299] Podemos citar ainda filmes como *L'Inferno* (dir. Francesco Bertolini, Milano, 1911) e *Il Purgatorio* (Ambrosio, 1911), lançados com títulos em português semelhantes, como *Divina Comédia* ou *Inferno*.

[300] *O Paiz*, 16 set. 1911, p. 16.

miseros 10 réis o metro.³⁰¹ Um mês depois, novo anúncio destinado “aos cinemas principiantes” fornecia mais opções: “Especialidade em aluguel para cidades do interior dos Estados, a 30\$000, 40\$000 e 50\$000 por semana”.³⁰² Uma mudança ocorreu um ano depois, quando a Jatahy-Cinema repetiu os passos da ECI. Em julho de 1911, ela informou em anúncio ter comprado todo o “stock de fitas novas da [fábrica italiana] Cines do Kinema Kosmos, com uma única passagem naquela casa de diversões, em algumas inéditas, porquanto, tendo fechado aquele Kinema, continuou a receber as famosas fitas de Cines”.³⁰³ Ou seja, empresas distribuidoras como a Jatahy e a ECI “herdavam” os estoques de exibidores-distribuidores, como os do cinema Carioca e Kosmos, que saíam do ramo num cenário de acirrada concorrência entre as salas de exibição.³⁰⁴

Mas o mesmo anúncio de julho de 1911 da Jatahy também informava a compra de “mais de 400 fitas, produção de maio e junho, aos Srs. Marc Ferrez e Lebre” – isto é, cópias das recentes coleções de novidades da Pathé e Gaumont após sua exibição nos principais cinemas cariocas, para serem alugadas, provavelmente, nas cidades vizinhas e no interior dos estados.³⁰⁵

A ECI, porém, também atuou através de um segundo método que a Jatahy não utilizou: a importação de cópias novas de filmes inéditos para venda ou aluguel no Brasil, tal como faziam os agentes. Nesse sentido, a empresa adquiriu a exclusividade da fábrica italiana Latium-Film, cujos lançamentos eram alugados, na primeira semana, para os cinemas Kosmos e São José.³⁰⁶

O terceiro método usado pela empresa de Leon Jacob foi a assinatura de contrato com um representante de fábricas estrangeiras, como Alberto Sestini. A diferença de outros contratos feitos pelo mesmo Sestini com exibidores é

[301] *Jornal do Brasil*, 1º set. 1910, p. 16. Deve-se destacar que Randal Johnson foi provavelmente o primeiro a usar o termo distribuidora independente para se referir à distribuidora Jatahy-Cinema, posterior à ECI, mas que atuava de forma semelhante. Ver R. Johnson, *The Film Industry in Brazil: Culture and the State*, Pittsburgh: University of Pittsburgh Press, 1987, p. 32.

[302] *Jornal do Brasil*, 28 out. 1910, p. 14.

[303] *Jornal do Brasil*, 8 jul. 1911 p. 16.

[304] A tendência de separação entre exibidores e distribuidores prosseguiu com novas vendas de estoques. Em 1914, um anúncio dizia: “Vendem-se, em um só lote ou em partes, 70 mil metros de fitas cinematográficas, de diversos fabricantes, em perfeito estado, sendo a maior parte delas passadas somente em três cinemas. Preço 300 réis o metro. Envia-se catálogo a quem desejar. Dirija-se a M. Pinto. Cinema Ideal” (*O Imparcial*, 27 fev. 1914, s.p.).

[305] *Jornal do Brasil*, 8 jul. 1911 p. 16.

[306] *O Paiz*, 12 maio 1911, p. 12.

que a ECI não adquiria cópias para exibir em suas salas, mas para distribuí-las. Em abril de 1911, a imprensa informou que a ECI passava a ter exclusividade dos lançamentos da Cines em todo o Brasil, com exceção de São Paulo.³⁰⁷ De posse dessa exclusividade, a ECI alugou, inicialmente, as novidades da Cines para estreia nos cinemas Kosmos e São José, as quais, em seguida, negociou com o cinema Avenida.³⁰⁸ Depois do aluguel na “primeira semana”, a ECI acertava novas locações com pequenos exibidores. Alguns de seus clientes mais frequentes na capital federal eram os proprietários de salas de bairro ou de cidades próximas, como Colombo (Estácio), Mascote (Méier), Pathé (Botafogo), Madureira (idem), Sant’anna (Cidade Nova) e Rio Branco (Petrópolis).³⁰⁹ Esse circuito secundário ganhava cada vez mais importância com a abertura de amplas salas fora do centro do Rio de Janeiro, como os cinemas Haddock Lobo, na Tijuca, com 707 lugares, e o Smart, em Vila Isabel, com 610 lugares, ambos inaugurados em fins de 1910.³¹⁰

Além dos lançamentos de filmes de um ou dois rolos da Cines, Leon Jacob adquiriu de Sestini os direitos de um dos primeiros filmes longos da fábrica italiana, *Jerusalém Libertada* (*Gerusalemme Liberata*, dir. Enrico Guazzoni, Cines, 1911). O épico bíblico tinha 1.085 metros e foi descrito como um filme de arte “na genuína acepção do termo de que se está abusando tanto”.³¹¹ A ECI alugou duas cópias do filme para estreia simultânea nos cinemas Kosmos e Pathé, no dia 24 de maio, em sessões de 70 minutos. Após a estreia na avenida Central, a empresa passou a oferecer a locação de *Jerusalém Libertada* para outros pequenos exibidores, por períodos de um a três dias.³¹²

[307] O nome de Sestini aparece em anúncio de *O Paiz*, 20 jun. 1911, p. 12.

[308] *O Paiz*, 27 jun. 1911, p. 12.

[309] *O Paiz*, 23 abr. 1911, p. 16.

[310] As reformas de Pereira Passos no centro do Rio de Janeiro, onde anteriormente residia a maior parte dos cariocas, resultaram na redistribuição da população, com o crescimento acentuado, por exemplo, da zona norte, que se tornou a região mais populosa do Rio de Janeiro no início do século 20, com uma combinação heterogênea de classes altas, médias e baixas (B. Carvalho, *Cidade porosa: dois séculos de história cultural do Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: Objetiva, 2019, pp. 127-127 e 332).

[311] *O Paiz*, 19 maio 1911, p. 4.

[312] A cópia foi exibida, por exemplo, no cinema Colombo (de 1 a 2 de junho), no Smart (dia 3), no Pátria (4), e no Mascote (5 a 7). Após ter provavelmente sido exibida em outras cidades, *Jerusalém Libertada* voltou ao Rio de Janeiro, sendo exibida ainda no Parisiense (28 de agosto) e no Ideal (11 de setembro).

O quarto e último método da ECI foi a aquisição de cópias extras de filmes longos para o que pode ser chamada de distribuição paralela. Em outubro, Jacob comprou da MF&F uma segunda cópia de *Notre Dame de Paris* (dir. Albert Capellani, Pathé, 1911), com 800 metros.³¹³ O filme estreou simultaneamente no cinema Pathé (com a cópia alugada pela MF&F) e no cinema Ideal (com a cópia alugada pela ECI), em 30 de outubro. Como o Ideal ficava na rua da Carioca, não havia infração do “monopólio” dos filmes da Pathé Frères na avenida Central, conforme o contrato feito entre a MF&F e Arnaldo & Cia dois meses antes. O mesmo esquema foi repetido duas semanas depois com *Romance de uma infeliz* (*Le roman d'une pauvre fille*, dir. Gérard Bourgeois, Pathé, 1911), com 1.445 metros, que novamente estreou no Pathé e no Ideal.

Interessante perceber que a Jatahy-Cinema também passou a fazer negócios através desse quarto método, anunciando “aluguel em primeira mão” das novas produções da Éclair, do agente Jules Blum, incluindo *Zigomar* (*Zigomar contre Paulin Broquet*, dir. Victorin Jasset, 1911), “exceto para a avenida Central”. Anunciado com 1.150 metros, *Zigomar* estreou no dia 19 de setembro, simultaneamente, no Pathé, Ouvidor e Ideal, onde o filme permaneceu três dias seguidos em cartaz. Talvez uma quarta cópia tenha sido a distribuída pela Jatahy e exibida, por exemplo, nos cinemas Haddock Lobo (dia 20), Excelsior (22) e Pátria (23).³¹⁴

A importância dessa distribuição secundária fica evidente ao se notar que, no começo de 1912, em termos de valores de compra, Leon Jacob era o terceiro principal cliente da MF&F, atrás apenas de Arnaldo & Cia, no Rio, e Serador, em São Paulo.³¹⁵ Mas além das novidades Pathé, a ECI vinha investindo também nos filmes cada vez mais longos que chegavam ao mercado e eram muito caros para serem comprados pelos exibidores, incentivando ainda mais a prática da venda da cópia para a empresa distribuir, isto é, alugar. A ECI se dedicava, portanto, a rentabilizar ao máximo as cópias importadas, através de diversas locações para além da “primeira semana”. Era evidente, ainda, que a atuação da ECI – assim como a da Jatahy – vinha ao encontro da insuficiente capacidade operacional dos agentes para trabalhar com a locação das cópias num período mais longo e num maior alcance territorial.

[313] *O Paiz*, 24 out. 1911, p. 12.

[314] *O Paiz*, 16 set. 1911, p. 16; *O Paiz*, 19 set. 1911, p. 16.

[315] Confidentiel – Feuille de location, par mois, 8 jan. 1912, FF : FMF, 2.2.2.5.1.90, AN.

Um indício disso é um anúncio publicado em outubro de 1910 pela empresa F. Lebre, agente exclusivo da Gaumont, em busca de “representante para diferentes estados”.³¹⁶ Nesse mesmo mês, além de obter a exclusividade dos lançamentos da Éclair no Ouvidor, a empresa de Stamile assumiu a distribuição dos filmes importados por Jules Blum nos estados do Rio de Janeiro e São Paulo.³¹⁷ Três meses depois, a empresa Zambelli, do cinema Odeon, seguiu o exemplo, assumindo os direitos de venda e aluguel de filmes da Éclair e da Gaumont para os estados da “Bahia, Rio Grande do Sul, Paraná e Santa Catarina”.³¹⁸ Ou seja, exibidores-distribuidores como Stamile e Zambelli pareciam ter maior capacidade para fazer a distribuição nacional de filmes que agentes como Blum e Lebre.

Ainda assim, as representações nos estados, como tinha feito a MF&F desde 1908, continuavam sendo a principal forma utilizada para a expansão dos negócios de distribuição em escala nacional. O agente vendia uma coleção (nova ou usada) para seu representante, que ficava responsável por novos negócios (de locação ou venda) na sua região. É relevante destacar que, em julho de 1911, talvez já tendo encerrado o acordo com Zambelli, um anúncio de Jules Blum oferecia contrato “para venda de fitas para todos os pontos do Brasil”, não mencionando a possibilidade de aluguel para exibidores de fora do Rio de Janeiro.

Como vimos no caso das triangulações feitas pela MF&F com exibidores de Recife, Fortaleza e Belém, a operacionalização da comercialização, combinando locação e venda de um mesmo programa de cópias para diferentes clientes, em diferentes regiões, era muito complexa. Com filmes mais longos e um número cada vez maior de salas de cinema (e potenciais clientes) ao redor do Brasil, a exploração do potencial máximo de renda das cópias se tornava cada vez mais desafiadora para os agentes. Originava-se, assim, um método de distribuição que “terceirizava” a exploração dos demais circuitos após a estreia nos cinemas lançadores.

A MF&F, porém, permanecia no esquema de representantes regionais. Em anúncio de janeiro de 1910, a empresa mantinha agentes em São Paulo, Paraná, Rio Grande do Sul e Pará, talvez se referindo a Serrador, Hirtz e Roca.³¹⁹ Nesse

[316] *Jornal do Commercio*, 30 out. 1910, p. 23. No ano anterior, Lebre já tinha contratado agente para representar os filmes da Gaumont em São Paulo (*O Estado de S. Paulo*, 7 nov. 1909, p. 6).

[317] *O Paiz*, 14 out. 1910, p. 12.

[318] *Correio da Manhã*, 6 jan. 1911, p. 14.

[319] *Jornal do Commercio*, 14 jan. 1910, p. 12.

mesmo ano, a Empresa Gomes Nogueira se tornou representante da MF&F em Minas Gerais, e a Empresa Ildefonso, no Paraná.³²⁰ Em 1911, a Empresa Estadual Cinematográfica de Filmes, de Libório & Riedel, era representante da MF&F nos estados do Espírito Santo, Bahia, Pernambuco, Rio Grande do Norte, Paraíba, Sergipe, Ceará e Piauí.³²¹ A empresa Libório & Riedel assumiu a representação que, como visto, alguns meses antes era da empresa do cinema Royal, de Ramos & Cia, em Recife.

Entretanto, com o aumento no custo dos filmes e uma diferenciação crescente entre empresas exibidoras e empresas distribuidoras, a maior parte dos clientes da MF&F passava a preferir a locação no lugar da compra dos filmes. No início de 1912, os Ferrez vendiam coleções das novidades Pathé apenas para São Paulo (Serrador), Recife (Liborio & Riedel) e Porto Alegre (Damasceno Ferreira).³²² Seus principais clientes em Belo Horizonte, Curitiba, Fortaleza e Salvador eram locatários. Para esses empresários, a exibição dos mais recentes filmes em suas salas era a prioridade. A alternativa para maximizar a rentabilidade das cópias fora do Rio de Janeiro era delegar a exploração desse mercado a outras empresas distribuidoras (como a ECI) ou, de maneira mais ousada, expandir a empresa e criar filiais.

[320] Criada em 1909, a empresa Gomes Nogueira & Cia, de “negociantes e industriais”, era sucessora de Carvalho Nogueira & Cia, atuando no refino de açúcar, fabricação de biscoitos e importação de diferentes itens. Em 1910, era proprietária dos cinemas Comércio e Bahia, em Belo Horizonte, e do cinema Juiz de Fora, nessa cidade mineira (*Revista do Brazil*, Salvador, n. 3-4, 1910). Já a empresa Ildefonso & Cia era proprietária do Mignon e Theatro Polytheama, além de concessionária do Theatro Guayra, todos em Curitiba.

[321] *Gutenberg*, 16 set. 1911, p. 3. Riedel era um pernambucano que havia se mudado muito novo para o Rio de Janeiro. Segundo informações de Luciana Corrêa de Araújo em seu texto inédito de 2005, *Aspectos do cinema em Recife nos anos 1920*, o primeiro contato de Riedel com o cinema foi em 1904, “num projetor de reclames que houve no Largo da Glória. Depois passou a ser o operador no Cinema Paraizo [no Rio] e depois no Odeon, onde chegou a ser gerente”. Retornou ao Recife em 1910, criando a Empresa Estadual Cinematográfica de Filmes com José dos Santos Libório.

[322] Confidencial - Feuille de location, par mois, 8 jan. 1912, FF:FMF, 2.2.2.5.1.90, AN. Em outubro de 1910, o cinema Recreio Ideal, de Eduardo Hirtz, foi vendido para a empresa Damasceno, Issler & Cia, formada por Francisco Damasceno Ferreira, Bernardo Hugo Issler e Franklin Fay, passando à propriedade, no ano seguinte, da empresa F. Damasceno Ferreira & Cia, de Francisco Damasceno Ferreira, que se tornou o principal cliente da MF&F no estado (A. D. Trusz, “Emílio Guimarães: as múltiplas identidades de um produtor de imagens no Brasil dos anos de 1910”, *Significação*, n. 36, 2011, pp. 66-67).

O que ficava evidente era a necessidade de ampliar o tamanho e a estrutura das empresas distribuidoras de filmes para poder dar conta de um mercado de escala verdadeiramente nacional, atribuindo à locação papel dominante em detrimento da venda de cópias, mesmo que para isso fosse necessário terceirizar a exploração das franjas do mercado para empresas menores ou mesmo para indivíduos. Além disso, diante de filmes mais caros, era preciso um aumento de capital que permitisse maiores investimentos na aquisição dessas novas produções. Nessa direção já vinham acontecendo as primeiras experiências de fusões e associações entre exibidores-distribuidores.

Fusões e agentes

Uma das primeiras iniciativas de fusão entre empresas cinematográficas foi a de dois importantes exibidores-distribuidores, talvez os principais concorrentes da MF&F no Rio de Janeiro. Em outubro de 1909, Jácomo Rosário Staffa se uniu a Angelino Stamile na criação da firma Staffa, Stamile & Cia, dedicada à “importação, compra, venda e exposição pública de fitas cinematográficas”, ou seja, à exibição e distribuição de filmes.³²³ A empresa não apenas passava a ter duas salas lançadoras na capital federal, o Ouvidor, de Stamile, e o Parisiense, de Staffa, como também ampliava a quantidade de marcas sob seu controle. Além dos filmes da Itala, da qual Staffa era representante, a principal aposta da sociedade eram os filmes da Biograph, marca que Stamile já havia registrado e da qual vinha importando para lançamento no cinema Ouvidor. A sociedade, porém, durou poucos meses, encerrando-se já em 1910.³²⁴

Cada um dos sócios da Staffa, Stamile & Cia buscou um caminho após a separação. Staffa seguiu atrás de opções na Europa: além da Itala, assumiu a representação no Brasil da francesa Film d'Art e, posteriormente, da italiana Ambrosio, embora seguisse fazendo frequente uso dos filmes de seu estoque. Já Angelino

[323] Anúncio da fusão das duas empresas aparece ainda em 1909, por exemplo, na *Gazeta de Notícias* (28 out. 1909, p. 8), mas somente alguns meses depois no *Diário Oficial da União* (20 maio 1910, p. 25).

[324] O distrato foi publicado no *Diário Oficial da União* em 13 de setembro de 1910, e a transferência da marca Biograph de Staffa, Stamile & Cia para os sucessores de Angelino Stamile & Irmão, em 2 de outubro de 1910.

Stamile continuou explorando os filmes americanos. Em 1911, sua empresa se anunciava como “a maior importadora de filmes no Brasil”, exibindo e distribuindo filmes da Biograph, Vitagraph, Edison, Lubin, Essanay e Wild West.³²⁵

É importante ressaltar que o contrato direto com um fabricante europeu, tal como era a relação da MF&F e dos agentes (Lebre, Blum ou Sestini), não representava a principal maneira utilizada por exibidores-distribuidores como Stamile e Staffa para a aquisição de filmes quando eles não se serviam dos citados agentes. Como forma de adquirir produtos diferenciados, muitos exibidores seguiam comprando cópias no exterior, mas através de escritórios de distribuição internacional de filmes, localizados, sobretudo, em Paris e Nova York.

No jornal *O Paiz*, no início de 1911, o cinema Ouvidor fez publicar um aviso que revelava a origem das cópias dos filmes americanos que exibia. No anúncio, a empresa de Angelino Stamile informava aos fregueses, colegas e ao público em geral ter sido obrigada a rejeitar dos comissários da empresa Copland, Raymond & Co “uma caixa de fitas da fábrica norte-americana Biograph (marca de nossa propriedade [...]), visto terem os mesmos srs. Comissários remetido simultaneamente fitas daquela fábrica a diversas localidades do Brasil, quando pelo acordo existente com os referidos senhores, não o podiam fazer sem que as aludidas fitas transitassem pela nossa agência”. Não à toa, exatamente na mesma página do jornal, um anúncio oferecia “Fitas Biograph norte-americanas” por um certo G. F. da Silva.³²⁶ Documentos posteriores dão a entender que cópias avulsas da Biograph teriam vindo de Paris, chegando ao Rio de Janeiro antes da remessa legal oriunda de Nova York.

Outro caso envolvendo Stamile e as fitas americanas ocorreria em seis meses. Um aviso datado de 11 de julho de 1911 foi publicado em diversos jornais cariocas por Alexander K. Von Koenig, procurador da empresa Herbst Brothers, de Nova York, concessionária da Vitagraph, declarando que o único e exclusivo agente para o Brasil dos filmes da companhia americana era o sr. A. G. Fontes, que detinha o exclusivo direito contratual de venda e locação desses filmes e cujo escritório era localizado no beco da Lapa dos Mercadores, 8.³²⁷

Um anúncio semelhante assinado por Koenig, apesar de possuir a mesma data, foi publicado posteriormente, informando que a mesma Herbst Brothers,

[325] *Correio da Manhã*, 2 jun. 1911, p. 12.

[326] *O Paiz*, 9 jan. 1911, p. 10.

[327] *Jornal do Commercio*, 12 jul. 1911, p. 16.

como única concessionária para o Brasil das fábricas Edison, Lubin, Essanay e Wild West, declarava que, “por contrato anterior e hora confirmado com os Srs. Angelino Stamile & Irmãos”, essa empresa é a única e exclusiva representante para o Brasil dessas marcas.³²⁸

Ou seja, Stamile tinha fornecedores diferentes para a Biograph e as demais marcas americanas que sua empresa exibia e distribuía, sendo que nem a Copland, Raymond & Co ou a Herbst Brothers eram firmas especializadas em distribuição cinematográfica, mas empresas importadoras e exportadoras de produtos diversos. Segundo anotações de Adhemar Gonzaga, Stamile aparentemente teria começado a exibir filmes americanos por casualidade, graças a um colega alfaiate que, por motivo de briga familiar, fora enviado pelo pai para Nova York. Dos Estados Unidos, ele escreveu ao exibidor sugerindo a importação dos filmes da Biograph.³²⁹

O fato é que o negócio de Stamile com importadores americanos consistia em evidente exceção dentre os principais exibidores-distribuidores cariocas. Era no chamado mercado livre de Paris, centro do comércio cinematográfico internacional, que a maior parte dos filmes estrangeiros lançados no Brasil eram adquiridos.

Um escritório internacional de distribuição, localizado em Paris, que teve papel importante para o mercado brasileiro foi a Raleigh & Robert, criada em 1903 por Charles Raleigh e Robert Schwobthaler.³³⁰ Como revelado no capítulo anterior, já em 1907 o cinegrafista Antonio Leal forneceu vistas brasileiras para distribuição na Europa pela Raleigh & Robert, que tinha uma pequena produção própria, sobretudo de filmes de atualidades. Em 1909, o Cinematógrafo Paris, da empresa Pinto, Pereira & Cia, anunciava ter “contrato para receber diretamente, todas as semanas, as novidades de Ambrosio, de Torino, e Raleigh & Robert, de Paris”.³³¹ Em fins de 1909, a Empresa Staffa, Stamile & Cia anunciou o filme *A vida de Nero (Nerone, ossia, amore di schiavia*, dir. Luigi Macchi, Ambrosio, 1909), como “fornecido pela Raleigh & Robert”, deixando

[328] *Jornal do Commercio*, 14 jul. 1911, p. 18.

[329] Um dos primeiros filmes enviados para Stamile – em uma única cópia como amostra da produção – teria sido *O ingrato (The Ingrat*, dir. D. W. Griffith, 1908). Anotações do Arquivo Cinédia.

[330] I. Blom, *Jean Desmet and the Early Dutch Film Trade*, Amsterdã: Amsterdam University Press, 2003, pp. 86 e 377; Richard Abel e Martin Loiperdinger, “Raleigh & Robert”, em Richard Abel (org.), *Encyclopedia of Early Cinema*, Londres e Nova York: Routledge, 2005, pp. 789-790.

[331] *Correio da Manhã*, 20 ago. 1909, p. 8.

claro se tratar de uma aquisição, via Paris, da cópia do filme italiano.³³² Importante frisar que a Raleigh & Robert era, então, a distribuidora da Ambrosio na França e em outros países europeus.³³³

Conforme indicado no primeiro capítulo, Staffa provavelmente iniciou suas importações de filmes da Europa, em 1907, através do ítalo-brasileiro Onofrio Mazza, seu agente em Paris até 1909.³³⁴ Personagem importante, Mazza comprava cópias da Pathé Frères e de outros fabricantes a pedido de Staffa e seu contato telegráfico aparecia nos anúncios publicados pelo exibidor brasileiro na revista francesa *Ciné-Journal*.

Sabemos que Staffa esteve em viagem de negócios na França em meados de 1909, quando, provavelmente, ocorreu uma mudança em sua representação na Europa.³³⁵ Afinal, em outubro de 1909, os anúncios de Staffa na revista francesa *Ciné-Journal* passaram a incluir um novo endereço para sua filial em Paris, na rua Gély, 3, não mais informando o contato de Mazza.³³⁶ Embora o nome dessa empresa não conste nos anúncios de Staffa, esse era o endereço da distribuidora Union de Grands Éditeurs de Films, que fornecia programas completos, composto de novidades da Ambrosio, Éclair, Itala, Lux, Raleigh & Robert e Vitagraph, marcas que Staffa exibiria constantemente no Parisense.³³⁷ É possível que os filmes produzidos pela Raleigh & Robert passassem a ser enviados para Staffa, no Brasil, pela Union de Grands Éditeurs de Films e não pela própria empresa produtora, por exemplo. Aparentemente, a Union vendia, inclusive, cópias usadas, como podemos supor a partir de um de seus anúncios que mencionava “filmes de sucesso recente, em perfeito estado”.³³⁸

[332] *A Imprensa*, 9 nov. 1909, p. 8. O estúdio da Raleigh & Robert sofreu um incêndio em 1909 e a empresa decretou falência em 1913. Ver Thierry Lefebvre e Laurent Mannoni, “Annuaire du commerce et de l’industrie cinématographiques (France-1913)”, 1895: *Revue d’histoire du cinéma*, número especial, 1993, p. 52.

[333] I. Blom, *Jean Desmet and the Early Dutch Film Trade*, Amsterdã: Amsterdam University Press, 2003, p. 85.

[334] No jornal *O Paiz* (23 jun. 1907, p. 7) foi informado o embarque de “Onofrio Mazza e sua família” com destino a Gênova e escalas na Europa.

[335] Em carta de 2 de junho de 1909, os Ferrez relatavam a Roca que “Staffa chegou a Europa [e] foi ao [Charles] Pathé dizer cobras e lagartos a nosso respeito” (Carta de Marc Ferrez & Filhos para José Tous Roca, Rio de Janeiro, 2 jun. 1909, FF:FMF 2.0.1.14, AN).

[336] *Ciné-Journal*, n. 50, 2-8 ago. 1909, p. 16; *Ciné-Journal*, v. 2, n. 52, 16 out. 1909, p. 17.

[337] *Ciné-Journal*, n. 49, 26 jul. 1909, p. 10.

[338] *Ciné-Journal*, n. 49, 26 jul. 1909, p. 10. Tradução do francês. Em 1910, a Union de Grands

É possível que Mazza tenha se associado à Union de Grands Éditeurs de Films. De qualquer forma, em 1910 o nome do agente passou a ser mencionado como representante na capital francesa de outros exibidores-distribuidores brasileiros. No início daquele ano, o cinema Paris anunciava a fita de atualidade *As grandes inundações em Paris* (sobre a tragédia recente na capital francesa), que também foi exibida no cinema Ideal, como uma aquisição “do nosso representante em Paris, sr. Onoffre [sic] Mazza”.³³⁹ Em agosto, um anúncio do cinema Ouvidor, de Stamile, anunciava fitas francesas “recebidas de Paris por intermédio de nosso agente em Paris, sr. Onofrio Mazza”. Talvez Mazza tenha permanecido como agente de Stamile após o fim de sua sociedade com Staffa. Nessa ocasião, o Ouvidor exibiu filmes franceses da Lux recebidos de Mazza.³⁴⁰ No final do ano, até o cinema Royal, de Niterói, afirmava receber semanalmente novidades enviadas pelo seu representante em Paris, Onofre [sic] Mazza.³⁴¹ Tratavam-se, portanto, de produções que Mazza provavelmente conseguia adquirir por preços baixos no mercado livre parisiense.

Em abril de 1913, a Éclair adquiriu a Union de Grands Éditeurs de Films, que se transformou em Éclair-Location. Nessa ocasião, é provável que Mazza tenha se separado dessa distribuidora e se unido a outra empresa, a Union des Grands Marques Cinématographiques, fundada em outubro de 1913 por Paul Ladewig.³⁴² Um cartão de apresentação da Onofrio Mazza & Fils, preservado na coleção Jean Desmet, os descrevem como diretores da Union des Grands Marques Cinématographiques (figura 14). Mazza e família devem ter mesmo assumido

Éditeurs de Films promoveu uma queima pública de cópias de filmes antigos de seu estoque, atitude que foi elogiada em artigos na imprensa por tirar “velharias” de circulação e dar espaço para cópias novas. Ver, por exemplo, texto de Georges Dureau, na revista *Ciné-Journal* de 4 de junho de 1910. O artigo foi republicado em *1895: Revue d'histoire du cinéma*, n. 12, 1992, pp. 39-41, e traduzido para o inglês em: Roger Smither (org.), *This Film is Dangerous: a Celebration of Nitrate Film*. Bruxelas: FIAF, 2002, pp. 454-455.

[339] *Correio da Manhã*, 3 fev. 1910, p. 10; *Correio da Manhã*, 4 fev. 1910, p. 8. O filme foi exibido no Bijou Theatre, em São Paulo, em 2 de março de 1910. Segundo a base de dados “Filmes estrangeiros exibidos no Brasil: 1896-1934”, do site *Mnemocine*, tratava-se de uma produção da Gaumont. Disponível em <<http://mnemocine.com.br/index.php/base-de-dados>>. Acesso em 26 set. 2021.

[340] *Gazeta de Notícias*, 3 ago. 1910, p. 9; *Jornal do Brasil*, 2 ago. 1910, p. 16.

[341] *O Fluminense*, 27 dez. 1910, p. 1.

[342] Thierry Lefebvre e Laurent Mannoni, “Annuaire du commerce et de l'industrie cinématographiques (France-1913)”, *1895: Revue d'Histoire du Cinéma*, número especial, 1993, p. 61.

a distribuidora criada por Ladewig, uma vez que, em 1914, sua empresa era localizada no mesmo endereço onde a Union havia sido aberta no ano anterior.³⁴³

Além da sede em Paris, onde negociava filmes alemães e italianos, Mazza também atuava na Itália como agente das marcas alemãs Messter, Bioscop e Vitascope.³⁴⁴ Como a Union des Grands Marques Cinématographiques distribuía a Messter na França, Mazza deve ter permanecido representando a marca alemã. De fato, em 1913, em correspondência pessoal na qual analisava as opções de filmes disponíveis para o mercado brasileiro, os Ferrez confirmavam que Mazza representava diferentes fábricas alemãs: “nós abandonaremos tanto quanto possível os filmes alemães porque eles precisam ser escolhidos com cautela [...]. Fizemos o teste com Durkel [sic], Mester [sic], Vitascop [sic] etc. de Mazza”³⁴⁵

Antes disso, porém, Staffa mudou mais uma vez de agente. Embora em abril de 1910 os cinemas Ouvidor e Parisiense, ainda à época da sociedade entre Stamile e Staffa, anunciassem filmes produzidos por Louis Aubert (fábrica francesa “completamente desconhecida no Brasil”),³⁴⁶ os negócios de Staffa mudaram quando se tornou cliente desse empresário francês que teve uma carreira meteórica no mercado cinematográfico. Em 1909, Louis Aubert comprou uma pequena agência de venda e aluguel de filmes em Paris e começou a expandir seus negócios, tornando-se, no ano seguinte, representante exclusivo da dinamarquesa Nordisk na França. Em 1911, Aubert fundou a Compagnie Générale du Cinématographe, quando obteve, também, os direitos da italiana Cines.³⁴⁷ Aubert foi crucial na importação de filmes americanos, dinamarqueses e italianos mais longos, como uma reação ao domínio do mercado francês pela Pathé Frères, muitas vezes tendo direitos não apenas para a França, mas também para outros países.³⁴⁸

[343] T. Lefebvre e L. Mannoni, “Annuaire du commerce et de l’industrie cinématographiques (France-1913)”, 1895: *Revue d’Histoire du Cinéma*, número especial, 1993, p. 61.

[344] Charles Mendel (org.), *Cinéma: annuaire de la projection fixe et animé*, 1914, pp. 40-94.

[345] Carta de 9 de setembro de 1913, sem remetente ou destinatário identificado, mas provavelmente de Luciano para Julio Ferrez (FF-FMF 2.2.2.5.1.93, AN). Tradução do francês.

[346] Na descrição em anúncio do filme *O sonho do ciclista* (*O Paiz*, 12 abr. 1910, p. 12). Ver também *Gazeta de Notícias*, 13 abr. 1910, p. 10.

[347] J. J. Meusy, “Etablissements L. Aubert”, em Richard Abel (org.), *Encyclopedia of Early Cinema*, Londres e Nova York: Routledge, 2005, p. 57.

[348] I. Blom, *Jean Desmet and the Early Dutch Film Trade*, Amsterdã: Amsterdam University Press, 2003, pp. 29 e 147. Num papel timbrado de correspondência da Compagnie Générale du Cinématographe L. Aubert, de 1912, consta a informação de que eram “concessionários para a França e para o exterior” da Cines, Nordisk e Selig (carta de Louis Aubert a Nordisk

Através de Staffa, Aubert também teve um papel fundamental para o mercado brasileiro.

Sabe-se que Staffa retornou de nova viagem à Paris em setembro de 1910.³⁴⁹ Talvez tenha sido nessa ocasião que o proprietário do Parisiense trocou novamente de agente, pois meses depois ele já era cliente de Aubert, através de quem, em meados de 1911, tornou-se o principal exibidor no Brasil da produtora dinamarquesa Nordisk.³⁵⁰ Em junho desse ano, os anúncios do Parisiense descreviam Staffa como “único concessionário” da Itala, Ambrosio e Nordisk, e um aviso público, no mês seguinte, divulgava o aluguel ou venda de fitas dessas marcas a preços módicos.³⁵¹

Portanto, foi somente no segundo semestre de 1911 que Staffa se apropriou, definitivamente, do sucesso crescente que os dramas nórdicos e alemães vinham há alguns meses alcançando junto ao público carioca, mas que tinham sido lançados, também, por Stamile e estreados no Ouvidor. Isso ocorria desde abril, pelo menos, com o já citado *A escrava moderna*, produção dinamarquesa da Fotorama exibida por Stamile, enquanto Staffa lançou, em maio, *Tentação nas grandes cidades* (*Ved Fængslets Port*, dir. August Blom, Nordisk, 1911), estrelado por Waldemar Psilander. A popularidade desses dramas de vício e perdição foi ampliada com o lançamento de *Tráfico de brancas* (*Den hvide Slavehandels sidste Offer*, dir. August Blom, 1911), da Nordisk, em junho, e de *A vertigem* (*Sangue quente*) (*Heisses Blut*, dir. Urban Gad, Bioscop, 1911), estrelado por Asta Nielsen, em julho, ambos exibidos primeiro no Ouvidor e só depois em outras salas, inclusive no Parisiense. *A vertigem* foi divulgado em sua estreia como um filme da Nordisk, quando na verdade era uma produção alemã, país onde Nielsen desenvolveu sua carreira, revelando a confusão (proposital ou não) na identificação da nacionalidade e da

Film Co., Paris, 27 jul. 1912. Correspondência Nordisk, XII-31, 7, Danish Film Institute. Documento gentilmente cedido por Isak Thorsen).

[349] V. P. Araújo, *A bela época do cinema brasileiro*, São Paulo: Perspectiva, 1976, p. 346.

[350] Alice Gonzaga indicou que Staffa se tornou representante brasileiro da Nordisk em 1910, mas a informação não procede (A. Gonzaga, *Palácios e poeiras: 100 anos de cinema no Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: Record, 1996, p. 92).

[351] *O Paiz*, 20 jun. 1911, p. 12; *Jornal do Commercio*, 21 jul. 1911, p. 16. Na revista francesa *Ciné-Journal*, apenas em setembro de 1911 os anúncios de Staffa o descrevem como agente para o Brasil não apenas da Itala e Ambrosio, mas também da Nordisk (*Ciné-Journal*, n. 160, 16 set. 1911, p. 27).

produtora na publicidade dos filmes.³⁵² Somente em 10 de agosto de 1911, no dia do quarto aniversário do Parisiense, Staffa estreou o primeiro filme de Asta Nielsen, o qual a consagrou mundialmente, *A queda da mulher (O abismo) (Afgrunden)*, dir. Urban Gad, Kosmorama, 1910). No acervo do Danish Film Institute, uma carta trocada entre Louis Aubert e a Nordisk, em 6 de novembro de 1911, confirma o aumento de sua encomenda de três para quatro programas completos, com legendas em português, para o Brasil, indicando o fornecimento de filmes dinamarqueses através do distribuidor francês antes dessa data.³⁵³

A partir de então, o cinema Parisiense passou a lançar regularmente filmes dinamarqueses e alemães que tornaram cada vez mais famosos os nomes da atriz Asta Nielsen e do ator Waldemar Psilander, dois dos primeiros astros cinematográficos amplamente conhecidos do público brasileiro, depois de comédicos franceses como Max Linder. Foi graças ao enorme sucesso alcançado no Brasil por esses dramas intensos (em sessões anunciadas como proibidas para crianças) que Staffa finalmente conseguiria expressão nacional em seus negócios como distribuidor de filmes. Além disso, com o funcionamento, a partir de 1909, defronte ao cinema Parisiense, do ampliado edifício do Hotel Avenida – em cujo térreo ficava a popular Galeria Cruzeiro e a estação circular dos bondes da Companhia Ferro-Carril Jardim Botânico, proprietária do hotel –, o trecho da avenida Central onde ficava a sala lançadora de Staffa se tornou definitivamente o mais movimentado do *boulevard* carioca.³⁵⁴

[352] Os anúncios brasileiros de *A vertigem* descreviam Nielsen como estrela do teatro em Copenhague e se referiam ao sucesso do filme *L'Abyme* em Paris.

[353] Carta da Nordisk Film Co. para Louis Aubert, Copenhague, 6 nov. 1911. Correspondência Nordisk, II-17, Danish Film Institute. Documento gentilmente cedido por Isak Thorsen. O papel timbrado da Nordisk nesse ano informa que a companhia dinamarquesa possuía filiais em Berlim, Londres e Nova York, e representantes em Budapeste, Gênova, Moscou, Barcelona e Paris. Há cartas da Nordisk desse mesmo período em resposta a Carlos Nielsen, dinamarquês radicado no Rio de Janeiro interessado em assumir a representação dos filmes da companhia para o Brasil. Através dessa correspondência, sabemos que a companhia dinamarquesa vinha lançando semanalmente 1.200 metros de novidades, pouco menos, portanto, que a Pathé Frères.

[354] Atrás do Hotel Avenida era localizado o largo da Carioca, ponto de partida para as linhas de bonde que iam do centro para os bairros habitados pelas classes mais altas, como Botafogo. Mas antes ainda da abertura do Hotel Avenida, a inauguração, em 1908, do enorme Palace Hotel, quase ao lado do Parisiense, na esquina da rua Barão de São Gonçalo, também colaborou para a valorização daquele trecho da avenida Rio Branco.

O aguerrido proprietário do cinema Parisiense seguiria como um dos mais persistentes empresários da geração dos pioneiros exibidores-distribuidores a disputar o mercado de distribuição de filmes no Brasil.

Mudanças radicais à vista

Os filmes mais longos italianos e dinamarqueses provocaram repercussão em 1911, mas o atento redator da coluna “Gazeta dos cinematógrafos”, do semanário *A Estação Theatral*, dizia que o “público ilustrado” não pedia “quantidade, mas sim qualidade”, afirmando: “A diversão cinematográfica exige um programa de 40 a 45 minutos; o mais tudo que passa disso é demasiado”.³⁵⁵ Três meses depois, ele voltou ao assunto, comentando como “os assuntos históricos e bíblicos têm despertado o interesse e agradado ao público”, mas estabelecendo uma diferença: “A casa Pathé quando dá filmes de grande extensão não chega a estes 1.400 metros que os óculos de certos cinematógrafos duplicam e anunciam como 1.500, e 2.000 metros. *As vítimas do álcool* [*Les victimes de l'alcool*, dir. Gérard Bourgeois, 1911] tem apenas 795 metros, mas é um trabalho completo que faz honra à casa Pathé e ao grande artista que é [o ator Jacques] Normand”.³⁵⁶

Curiosamente, o mesmo argumento da qualidade em detrimento da quantidade de metros, aparentemente em reação ao sucesso dos filmes italianos e dinamarqueses, foi repetido por Jules Blum, agente no Brasil de outra fábrica francesa, a Éclair, ao anunciar seu primeiro “grande filme”, o já citado *Zigomar*:

É indiscutível que os filmes de grande extensão, que estão em voga, nestes últimos tempos, permitem ao editor [produtor] uma variedade de efeitos consideráveis e um desenvolvimento mais completo dos cenários [roteiros]. O público os tem recebido bem, pois eles constituem uma novidade em espetáculos cinematográficos.

De todos os lados se anunciam a exibição de “grandes filmes”, cuja expressão presta-se um pouco à confusão, pois “grandes filmes” deveriam sempre significar “grandes assuntos”, o que não quer dizer “grandes metragens”. Há uma tendência enfadonha, contra a qual é preciso reagir.

[355] *A Estação Theatral*, n. 47, 20 maio 1911, p. 2.

[356] *A Estação Theatral*, n. 58, 5 ago. 1911, p. 3.

Frequentemente tem-se editado em 600 e 700 metros, assuntos, cujo desenvolvimento completo poderia ter sido obtido em 200 metros. Ajuntar passeios intermináveis, voltas e reviravoltas, para chegar à metragem desejada, constitui um processo que nem sempre se fará justiça. [...] Não se pode editar filmes de “grandes metragens”, senão quando o assunto justifica; não é necessário impor ao comprador um desembolso de dinheiro desnecessário para a compra de um “grande filme”, que o editor fez para a criação de seu assunto.

A Societé Éclair, conformou-se com esta regra: ela não tem querido aproveitar-se da ocasião: com todo o cuidado desejado, tomando todo o tempo e comprometendo-se com grandes dispêndios que impõe a execução de semelhantes cenas, a Societé Éclair quer editar “grandes filmes”, verdadeiramente dignos deste nome.³⁵⁷

Diante desse cenário de acirrada concorrência e encarecimento dos programas com os filmes mais longos, os negócios com distribuição no Brasil sofreram um revés ainda maior no final de 1911, com a súbita elevação dos impostos de importação de filmes cinematográficos, decretada pelo governo federal através da Lei Orçamentária n. 2.524, de 31 de dezembro, para entrar em vigor já no dia seguinte, 1º de janeiro de 1912. Pegos de surpresa, os importadores e distribuidores, imediatamente, mobilizaram-se e redigiram um documento que foi encaminhado à diretoria da Associação Comercial do Rio de Janeiro, em 15 de janeiro, pedindo a revisão da tarifa.³⁵⁸ Tal documento foi entregue pelos diretores da associação ao Ministro da Fazenda, Francisco Salles, conforme noticiado pela imprensa e publicado na revista da entidade.³⁵⁹

Na apresentação do documento, a diretoria da Associação Comercial solicitava a suspensão dos novos impostos aduaneiros sobre filmes cinematográficos até que o assunto fosse analisado pelo congresso. A nova lei da receita alterava o valor dos impostos que vinha sendo praticado “há anos”, resultando no aumento de cinco vezes da tarifa sobre o quilo de filme impresso e de dez

[357] *Correio da Manhã*, 24 jul. 1911, p. 5.

[358] Rapport présenté le 15 janvier a l'Association Commerciale de Rio de Janeiro (Brésil), s.d. [1912], FF:FMF 2.O.1.12.10, AN.

[359] *Revista da Associação Comercial do Rio de Janeiro: órgão dos interesses do commercio*, v. 9, n. 3, 30 jan. 1912, pp. 1-2.

vezes sobre o quilo do filme virgem.³⁶⁰ Os importadores argumentavam que foram pegos de surpresa, pois haviam feito largas encomendas que seriam prejudicadas pelas “tarifas proibitivas”, havendo o risco de se “asfixiar um ramo de comércio em pleno florescimento”. A diretoria da associação relatava ter recebido uma representação da *Chambre de Commerce Française do Rio de Janeiro* – da qual faziam parte Jules Blum e Marc Ferrez – solicitando intervenção da instituição junto ao governo. No documento encaminhado pelos distribuidores, além de valorizar o uso do cinema para educação e ciência, era argumentado que o aumento do imposto não teria efeito protecionista, uma vez que a película cinematográfica não era fabricada no Brasil, podendo, inclusive, gerar queda na arrecadação devido à conseqüente diminuição das importações.

O documento era assinado pelos principais distribuidores e agentes atuantes no país, fornecendo um quadro preciso do mercado cinematográfico naquele momento:

Pelas fábricas Pathé Frères, Marc Ferrez & Filhos; pela Societé Gaumont, F. Lebre; pelas fábricas Biograph, Vitagraph, Lubin, Wild-West, Lux, Edison, Essanay, IMP, Angelino Stamile e Irmão; pelas fábricas Cines, Aquila, Savoia, Pasquali, Alberto Sestini; pela fábrica Milano Film, Zambelli & C., pelas fábricas Nordisk Film, Itala e Ambrosio, J. R. Staffa; pela Societé Française de Films Éclair, Jules Blum.³⁶¹

Na edição seguinte da *Revista da Associação Comercial do Rio de Janeiro*, foi publicada uma representação dos comerciantes de São Paulo, também entregue ao Ministro da Fazenda, subscrita, entre outros, pela sucessora da Empresa F. Serrador (a Companhia Cinematográfica Brasileira, da qual trataremos adiante), solicitando que as novas taxas não incidissem sobre mercadorias já embarcadas do exterior ou ainda não despachadas no porto de Santos antes de 1º de janeiro. Na ocasião, o ministro alegou não poder fazer nada por se tratar “de matéria regulada por um ato legislativo, em pleno vigor”, respondendo que somente os produtos

[360] A tarifa para filme cinematográfico impresso (cópias positivas) foi elevada em cinco vezes, indo para 25\$000, sendo que pelo fato de o imposto ser 65% em papel moeda e 35% em ouro, na prática aumentava o valor para 31\$000 o quilo de filme. Havia ainda um outro imposto de 2% em ouro do valor oficial da mercadoria que elevava as despesas alfandegárias totais para 39\$000 réis por quilo de filme.

[361] Vale mencionar que no documento datilografado em francês do fundo Família Ferrez não consta a assinatura de J. R. Staffa, presente, porém, na versão final publicada pela imprensa.

chegados aos portos brasileiros ainda em dezembro pagariam a tarifa antiga. Justificando ter sido uma decisão do congresso, o ministro aproveitou, ainda, para informar que “não lhe era possível satisfazer a pretensão dos importadores de filmes cinematográficos, grandemente prejudicados pelo imprevisto aumento dos direitos aduaneiros de que a lei atual grava a entrada desse artigo”.³⁶²

Ou seja, apesar dos protestos da classe cinematográfica, o aumento nos impostos de importação de película cinematográfica (virgem ou impressa) não foi suspenso. Além das tarifas sobre produtos importados serem a principal fonte de receita para o Estado, a fama de que o cinema era um negócio lucrativo e que vinha enriquecendo seus empresários certamente colaborou para que o governo não cedesse à pressão.³⁶³

Essa situação fez dos primeiros dias de 1912 um período de preocupação para a MF&F, uma vez que a distribuidora tinha recém-renovado seu contrato de representação com a Pathé Frères baseando-se nas tarifas alfandegárias anteriores. Desde 1910, pelo menos, os Ferrez já vinham se queixando à companhia francesa sobre a acirrada concorrência no mercado brasileiro, o que motivava seus pedidos de desconto no preço do metro de filme, de autorização para a representação de outros fabricantes, e de diminuição da metragem mínima que deveria ser contratualmente importada.³⁶⁴

Apesar da existência no fundo Família Ferrez de um projeto de contrato, datado de agosto de 1910, que impunha novas condições,³⁶⁵ o acordo firmado

[362] *Revista da Associação Comercial do Rio de Janeiro: órgão dos interesses do commercio*, v. 9, n. 4, 10 fev. 1912, pp. 1-2.

[363] Condé chamou atenção para o fato de que a mesma lei também diminuía impostos alfandegários de outros produtos: “Não é de se estranhar que ao conceder tais favores, e necessitando manter o equilíbrio da arrecadação aduaneira (a principal fonte de arrecadação da União naquele momento), outros setores tenham tido suas tarifas elevadas de forma indiscriminada”. A impressão do cinema como alvo dos governantes é reforçada pelo fato de que, em fins de 1911, os impostos municipais para os cinematógrafos do Rio de Janeiro também sofreram um aumento significativo para o ano seguinte, motivando uma reunião dos exibidores no cinema Pathé convocada por Arnaldo, Marc Ferrez e Zambelli (W. N. Condé, *Marc Ferrez & Filhos: comércio, distribuição e exibição nos primórdios do cinema brasileiro (1905-1912)* (dissertação), UFRJ, 2012, pp. 62-63; “O orçamento municipal e os cinematógrafos”, *O Paiz*, 15 nov. 1911, p. 5).

[364] Carta de Charles Pathé à Marc Ferrez & Filhos, Paris, 19 maio 1911, FF:FMF 2.O.1.12, AN.

[365] *Projet de Contrat entre les soussignes La Compagnie Générale de Phonographes, etc. et Monsieur Marc Ferrez etc.*, ago. 1910, FF:FMF 2.O.1.12.7, AN. O projeto foi datilografado no papel timbrado de A. Nevière, representante da MF&F em Paris.

entre a Pathé Frerés e seus agentes brasileiros não seguiu essa proposta, tendo sido renovado nos moldes dos contratos anteriores, conforme descritos numa carta de Charles Pathé a Marc Ferrez, de 19 de setembro de 1911. Numa outra carta, escrita quatro meses antes, ele havia oferecido descontos que eram exatamente os que constam na carta de setembro: o filme impresso seria vendido à MF&F ao preço de 1,00 franco o metro; o filme da série artística a 1,15 francos; o *Pathé-Journal* a 50 centavos; e o filme virgem a 40 centavos. Filmes coloridos teriam acréscimo de 30 centavos, mas as viragens seriam gratuitas. A MF&F se comprometia a comprar semanalmente pelo menos 14.000 metros de novidades (excluídos os cinejornais), passando a ser autorizada a adquirir até 3.000 metros de filmes de marcas concorrentes.³⁶⁶

Entretanto, diante da elevação tarifária, a MF&F se viu obrigada a solicitar a renegociação desse contrato com a Pathé Frères assinado em setembro de 1911. Numa carta à *Société Générale*, de 5 janeiro de 1912, Marc Ferrez informava não ter se sentido em condições de aceitar o projeto de contrato alternativo, oferecido no ano anterior, mas que isso tinha mudado de forma imprevista. Comparando dois lotes importados, respectivamente, em 14 de novembro de 1911 e em 4 de janeiro de 1912, a MF&F informava que os impostos relativos aos 15.000 metros semanais de filmes (os 14 mil metros mínimos de novidades e mais os cinejornais), equivalentes a 133 quilos, tinham passado de 1.162\$700 réis para 5.152\$160 réis. Ou seja, os impostos passavam de cerca de 70 réis por metro de filme para quase 350 réis. Assim, a despesa semanal da empresa com impostos aduaneiros havia tido um aumento de 4 contos de réis, o que representaria, ao final do mês, um valor em torno de 16 contos de réis, o que a MF&F alegava ser superior ao seu lucro com a distribuição de filmes.³⁶⁷

Os Ferrez escreviam ainda na carta: “Como as condições do país não melhoraram (pelo contrário) nós não podemos aumentar proporcionalmente o aluguel [de filmes], pois isso seria forçar o fechamento dos estabelecimentos existentes,

[366] Na carta escrita em maio, Charles Pathé ofereceu o desconto para filme impresso de 1,10 para 1,00 franco, do filme artístico de 1,35 para 1,15 e do acréscimo por cor de 0,40 para 0,30. Carta de Charles Pathé à Marc Ferrez & Filhos, 19 maio 1911, FF:FMF 2.O.1.12, AN. Há uma cópia do contrato, em papel timbrado da Pathé Frères, com as condições efetivamente acertadas, datada de 19 de setembro de 1911 (FF:FMF 2.O.1.12.8).

[367] Carta de Marc Ferrez & Filhos para Sté. Générale de Phonographes, Cinématographes et Appareils de Précision, 5 jan. 1912, FF:FMF 2.O.1.12.9, AN. As demais citações são desse documento, traduzidas do francês.

sendo o único recurso, portanto, reduzir razoavelmente o volume importado”. Diante disso, eles propunham à fábrica francesa duas opções. A primeira era diminuir o volume de compras mínimas semanais (de 14 mil para 10 mil metros) e estabelecer para todos os filmes impressos, inclusive os artísticos e coloridos, o preço de 1 franco por metro. A segunda opção era adotar uma “divisão de lucros”, o que, na prática, significava a substituição da venda de cópias pelo aluguel, tal como a fábrica francesa tinha sugerido na proposta de contrato do ano anterior.

Nessa segunda opção, era sugerida a importação de 12.500 metros de filmes semanais (em vez dos 14 mil metros do projeto de 1911) pelo preço de 65 centavos de franco o metro (no lugar dos 70 centavos) e mais o pagamento de uma taxa de 10% das receitas brutas, como já havia sido sugerido no projeto de 1911. Uma outra proposta era a divisão das receitas obtidas no Brasil em 50% com o envio gratuito das cópias pela Pathé Frères, ficando a cargo da MF&F as despesas de transporte e alfândega, o que caracterizaria mais claramente o aluguel por porcentagem.

As duas propostas dessa segunda opção podem ser melhor compreendidas a partir da análise de um estudo interno da MF&F, encontrado num documento assinalado como “confidencial”, datado de 8 de janeiro de 1912. Numa listagem dos negócios de venda e locação feitos com cinco coleções de novidades de 2.500 metros (isto é, os 12.500 metros semanais), os Ferrez estimavam uma renda bruta de pelo menos 54 contos de réis mensais, equivalente a 90 mil francos.³⁶⁸ Era justamente esse valor que eles usavam para argumentar para a companhia francesa sobre as vantagens da proposta que eles defendiam. Afinal, no caso de uma taxa sobre 10% das rendas, isso significaria o valor de 9 mil francos. O pagamento dos filmes consistiria em 12.500 metros por 65 centavos semanais (8.125 francos), quatro vezes por mês, totalizando 32.500 francos. Segundo esses cálculos, pelas cópias e mais a taxa de 10%, a MF&F pagaria à fábrica francesa 41.500 francos a cada mês (cerca de 24.900\$000 réis).³⁶⁹

Já no caso da divisão em 50% da renda bruta de 90 mil francos, os Ferrez pagariam um total de 45 mil francos por mês, argumentando ainda que eles poderiam elevar seus rendimentos a até 120 mil francos em alguns meses, ampliando ainda mais o valor pago nessas condições. Por outro lado, afirmando

[368] Feuilles tout a fait confidentielle, 8 jan. 1912, FF:FMF 2.2.2.5.1.90, AN.

[369] Carta de Marc Ferrez & Filhos para Sté. Générale de Phonographes, Cinématographes et Appareils de Précision, 5 jan. 1912, FF:FMF 2.0.1.12.7, AN.

que não conseguiriam aumentar a renda bruta importando uma metragem superior a 12.500 metros, a MF&F assegurava ser vantajoso diminuir o volume contratual pois os lucros seriam os mesmos com menos cópias de filmes. Obviamente, a MF&F preferia diminuir a necessidade de elevado capital de giro e repartir a renda conforme a primeira opção, enquanto a Pathé Frères dificilmente aceitaria trocar o pagamento fixo garantido em troca da ampliação de sua participação na renda (e no risco do negócio), mesmo que fosse de 50%.

Tabela 2 Propostas para renovação do contrato de representação sugeridas pela MF&F à Pathé Frères em 1912

Proposta 1

<i>Quantidade mínima importada semanalmente</i>	<i>Valor por metro</i>	<i>Valor fixo mensal</i>	<i>Taxa de 10% sobre receitas brutas (estimativa)</i>	<i>Pagamento total mensal: valor fixo + taxa de 10%</i>
12.500 metros	0,65 franco	32.500 francos	9.000 francos	41.500 francos

Proposta 2

<i>Quantidade mínima importada semanalmente</i>	<i>Sem pagamento fixo</i>	<i>Taxa de 50% sobre receitas brutas (estimativa)</i>
12.500 metros		45.000 francos

Se na argumentação dos Ferrez é evidente sua preferência pela segunda proposta, nota-se que a primeira também era viável. Afinal, importando 12.500 metros semanais por 65 centavos de francos, o custo das cópias e mais a taxa de 10% devidos à Pathé seria de aproximadamente 41.500 francos a cada mês, como vimos. Assim, o estudo confidencial estipulava ser necessário reservar pelo menos 26 a 27 contos de sua renda mensal (45.000 francos) para arcar com o pagamento à fábrica francesa e as despesas de transporte.³⁷⁰

[370] Feuilles tout a fait confidentielle, 8 jan. 1912, FF:FMF 2.2.2.5.1.90, AN. As informações seguintes são desse documento.

Quanto às despesas de importação, o volume semanal de filmes pesaria em torno de 100 quilos³⁷¹, o que, com a nova tarifa, implicava uma despesa mensal com taxas de 15,6 contos de réis.³⁷² Somadas as despesas de embalagem e comissões portuárias (estimadas em 1,9 contos de réis mensais), esse valor chegava a 17,5 contos de réis.

Portanto, as despesas totais (filmes, impostos e frete) somariam algo próximo a 44 contos, o que, diante da estimativa de renda bruta mínima de 54 contos (que, segundo o mesmo documento, podia facilmente ser maior), proporcionaria um lucro líquido à MF&F de pelo menos 10 contos de réis mensais – não computadas as despesas com escritório e funcionários. As condições para o contrato pareciam seguras para a saúde financeira do agente brasileiro.³⁷³

Tabela 3 Cálculo de viabilidade comercial da proposta feita pela MF&F à Pathé Frères (em mil réis)

<i>Pagamento à Pathé e frete (estimativa)</i>	<i>Despesas com transporte e alfândega (estimativa)</i>	<i>Despesa mensal total com a importação dos filmes (estimativa)</i>	<i>Renda bruta mensal mínima (estimativa)</i>	<i>Lucro líquido mensal (estimativa)</i>
27:000\$000	17:500\$000	44:500\$000	54:000\$000	9:500\$000

[371] Não há obviamente dados precisos sobre a relação entre o peso e a metragem dos filmes. Na carta de 5 de janeiro de 1912, os Ferrez se baseiam na relação de 112 metros de filme por quilo, enquanto no documento confidencial a indicação é de que um quilo equivalia a 125 metros de filme. Em outras fontes consultadas, os valores extremos para a relação de metragem por quilo vão de 100 a 145 metros de filme.

[372] O imposto era de 39\$000 por quilo. Multiplicado por 100 quilos semanais, quatro vezes por mês, chega-se ao valor de 15:600\$000 réis.

[373] Como será demonstrado no capítulo seguinte, entre março e maio de 1912 a MF&F pagou em média 13.700 francos à Pathé Frères pela taxa de 10% de suas receitas brutas mensais, valor superior aos 9.000 francos estimados. Isso significa que a MF&F obteve nesse período receita bruta de aproximadamente 87 contos de réis por mês, realmente acima da previsão original de 54 contos. Ou seja, a empresa certamente obteve um lucro líquido bem superior aos 10 contos de réis esperados como valor mínimo, tendo sido provavelmente da ordem de 30 contos de réis mensais.

Tabela 4 Estimativa de custo médio do metro de filme impresso importado da Pathé Frères para a MF&F (em mil réis)

<i>Valor a ser pago à Pathé</i>	<i>Despesa de frete</i>	<i>Despesas alfandegárias</i>	<i>Custo médio total para a MF&F</i>
\$390	\$50	\$350	\$790

Diante dos pedidos da MF&F, um novo contrato foi assinado com a *Société* em 20 de fevereiro de 1912. O volume de importação semanal foi reduzido para cinco programas de 2.500 metros, totalizado 12.500 metros. A redução do preço também foi obtida: o metro do filme impresso preto e branco ou colorido, incluindo o filme artístico, passava para 70 centavos, o *Pathé-Journal* para 50 centavos, e o filme virgem para 40 centavos. Não haveria mais cobrança extra pela cor e os preços decresceriam 5 centavos a cada ano do contrato.³⁷⁴

De modo a compensar a diminuição do preço pago pelas cópias, caberia à Pathé Frères 10% das rendas obtidas com o aluguel de filmes e com a venda de negativos e equipamentos pelos seus agentes brasileiros. Para fiscalizar a contabilidade da MF&F e de seus agentes, a companhia francesa enviaria ao Brasil um representante que deveria ter seu salário pago pelos próprios Ferrez.³⁷⁵ Por fim, o contrato determinava que a MF&F poderia comprar no máximo 45% de filmes de outras marcas em relação ao total importado semanalmente para o Brasil, o que equivaleria a pouco mais de 10 mil metros mensais.

Essas condições mais favoráveis à MF&F foram possibilitadas por uma mudança imposta pela Pathé Frères no contrato que alterou definitivamente a forma de relação entre a companhia francesa e seu representante no Brasil: a substituição da venda pelo aluguel das cópias. A instauração da locação era evidenciada pelo artigo 3º do contrato, ao determinar que todas as cópias deveriam ser devolvidas à Europa 24 meses após sua chegada ao Rio de Janeiro, prazo que poderia ser menor no caso das cópias se tornarem inutilizáveis antes de dois anos. O artigo, na prática, impedia que as cópias importadas fossem

[374] Copie du contrat des Etablissements Pathé Frères du 20 Février 1912, FF:FMF 2.0.1.12.12, AN. As demais citações são desse documento.

[375] O estudo interno dos Ferrez indicava que o representante da Pathé Frères seria um certo "Floury", certamente Edmond Floury, filho do diretor cinematográfico Louis Edmond

vendidas pela MF&F a terceiros, impondo, dessa forma, a prática exclusiva do aluguel dos novos filmes da Pathé Frères no Brasil.³⁷⁶

Essa mudança trazia várias implicações. Em primeiro lugar, era um primeiro passo para diminuir a circulação de cópias antigas da Pathé Frères no mercado brasileiro, ainda que o prazo de dois anos fosse suficiente para a MF&F explorar, significativamente, a locação mesmo a pequenos exibidores antes da devolução das cópias à Europa. O que o acordo impedia era a venda de cópias, como vinha sendo feito principalmente a exibidores de fora do Rio de Janeiro ou a distribuidores como a ECI, que as alugavam ou revendiam, mantendo-as, portanto, anos a fio em circulação. Isso implicava a necessidade da MF&F explorar a locação, no período de dois anos, para obter a maior renda possível, demandando a criação de uma estrutura para atender ao máximo de clientes, fossem exibidores no Rio ou em outros estados.

Além disso, a MF&F pagaria à fábrica francesa 10% de sua renda bruta, expondo-se ao controle estrito de sua contabilidade pela Pathé Frères. Era o sacrifício inevitável para conseguir manter os lucros dentro de um patamar de preços que os exibidores brasileiros conseguissem pagar.

Por outro lado, a decisão de não aumentar, mas diminuir o volume de importação de cópias, revelava uma postura cautelosa e conservadora da MF&F, talvez compreensível para quem via ameaçada sua liderança do mercado brasileiro de distribuição, mantida havia quatro anos através das novidades Pathé

Floury (Feuilles tout a fait confidentielle, 8 jan. 1912, FF:FMF 2.2.2.5.1.90, AN). Documentação contábil do arquivo histórico da Pathé Frères, em Paris, confirma a viagem de Floury ao Brasil com as despesas pagas por Marc Ferrez. Ver *Opérateurs à Clients Cinéma*, p. 124, outubro 1911, *journal comptable* 18, Fondation Jérôme Seydoux Pathé. Agradeço a Jitka de Préval por essas informações.

[376] Um contrato firmado pela Marc Ferrez com um de seus clientes brasileiros após a renovação de sua representação mostra como isso obrigou a mudança na relação com os exibidores de fora do Rio de Janeiro. A MF&F acertou o aluguel semanal de programas de 2.500 metros de filmes com a recém-criada empresa paraense Teixeira, Martins & Cia, tornando-a exibidora exclusiva das novidades Pathé nos estados do Pará e Amazonas. A empresa deveria devolver as cópias à MF&F após 70 dias, podendo sublocá-las nesse período (Contrato entre Marc Ferrez & Filhos e Teixeira, Martins & C., 18 maio 1912, FF:FMF 2.0.5.2.21, AN). A empresa Teixeira, Martins & Cia, pertencente a Artaxerxes Teixeira de Lemos, Antonio Martins e Carlos Araújo, proprietária do Grande Hotel e do Palace Theatre, havia recém-inaugurado o cinema Olympia, em Belém. Ela se tornaria a principal exibidora do estado do Pará durante o período silencioso.

Frères, alardeadas até então como o melhor produto internacional. Entretanto, diante das recentes mudanças no mercado, com o advento de filmes mais longos, com a competição acirrada oferecida por marcas italianas e dinamarquesas, e a elevação dos impostos que encarecia a importação de fitas novas, o conservadorismo da MF&F poderia se transformar numa oportunidade para os concorrentes. Afinal, uma postura mais ousada poderia vir de uma empresa que, para sair de uma posição secundária no contexto nacional, decidiu aumentar radicalmente seu capital e seu volume de negócio para que o ganho em escala permitisse que ela absorvesse ou eliminasse seus concorrentes e, ao fim, monopolizasse o mercado. No Rio de Janeiro, os concorrentes da MF&F apenas ensaiavam fusões que pudessem levá-los nessa direção. Foi em São Paulo que a empresa de Francisco Serrador, agente regional da MF&F desde 1908, seguiu com absoluto sucesso esse caminho.

Em 26 de junho de 1911, foi fundada a Companhia Cinematográfica Brasileira (CCB), sociedade anônima com capital no valor de 2 mil contos de réis divididos em 10 mil ações, sendo que a maior parte pertencia a Serrador e Antonio Gadotti, sócios desde o início de suas atividades com cinema em Curitiba.³⁷⁷ No dia 11 de julho, a CCB recebeu autorização para negociar suas ações na bolsa de valores.³⁷⁸ Abrindo seu capital, a CCB incorporou como sócios uma série de destacados capitalistas paulistas (médicos, engenheiros, farmacêuticos e banqueiros), incluindo empresários ligados à poderosa cervejaria Companhia Antártica Paulista, pertencentes a um extrato social diferente daquele dos exibidores, e que trouxeram à CCB “uma parcela nova de dinheiro para investimento na sociedade”.³⁷⁹ Como José Inácio de Melo Souza analisou corretamente, a companhia “dava um novo perfil ao setor de importação-distribuição de filmes, tirando-o dos pequenos empreendimentos para fazê-lo entrar na esfera das altas finanças”.³⁸⁰ Além de manter o tradicional Bijou Theatre, a CCB

[377] José Inácio de Melo Souza, “Companhia Cinematográfica Brasileira”, *Inventário dos espaços de sociabilidade cinematográfica da cidade de São Paulo (1895-1929)*. Disponível em <<http://bases.cinemateca.gov.br/cgi-bin/wxis.exe/iah/?IsisScript=iah/iah.xis&base=CINESP&lang=p>>. Acesso em 26 set. 2021.

[378] *Correio Paulistano*, 11 jul. 1911, p. 1.

[379] J. I. M. Souza, *Imagens do passado: São Paulo e Rio de Janeiro nos primórdios do cinema*, São Paulo: Senac, 2004, pp. 212 e 222.

[380] J. I. M. Souza, *Imagens do passado: São Paulo e Rio de Janeiro nos primórdios do cinema*, São Paulo: Senac, 2004, pp. 223-234.

tornou-se proprietária também do Radium e Íris, cinemas que tinham sido os principais concorrentes de Serrador na capital paulistana.³⁸¹ Os adversários da companhia vinham sendo absorvidos ou eliminados.

Além das três salas mencionadas, em 1911 a CCB possuía sob contrato outros cinemas e teatros em São Paulo e Santos, e ainda o Teatro S. Pedro de Alcântara, no Rio de Janeiro. Dominando o circuito exibidor paulista, a companhia logo passou a praticamente monopolizar o fornecimento de filmes inéditos em São Paulo, fechando contratos de exclusividade no estado com os representantes das principais marcas de filmes. Ainda mantendo a representação da Pathé Frères, a CCB fez acordos com os principais distribuidores e importadores para estreiar em São Paulo os lançamentos da Cines, Itala, Ambrosio, Gaumont, Éclair, Vitagraph e Nordisk, entre outras marcas.

Como a maior parte dos representantes de fábricas estrangeiras, de Sestini a Staffa, passando pelos Ferrez, fechou contratos com a CCB para distribuição de filmes em São Paulo, houve inicialmente poucas reações ao truste. Uma exceção foi a Jatahy-Cinema, empresa cuja sucursal de São Paulo, dirigida por Gustavo Pinfieldi, anunciava ter 102 clientes, certamente de pequenos exibidores. Seu negócio voltado para a exploração de pequenas locações de filmes após sua estreia nos cinemas lançadores era ameaçado pelo monopólio que a CCB estabelecia na distribuição de filmes em São Paulo. Ainda assim, proclamando o crescimento da distribuidora, a Jatahy avisava em anúncio em jornal carioca que “não será absorvida pelo grande polvo do *trust*, que já avassala alguns Estados”, referindo-se claramente a São Paulo.³⁸²

Embora fosse um grande feito, obter o controle do mercado de exibição e distribuição em São Paulo não tornava a CCB tão diferente de outros prósperos empresários que também passavam a dominar o comércio cinematográfico em suas regiões, como Francisco Damasceno Ferreira, no Rio Grande do Sul,³⁸³

[381] J. I. M. Souza, *Imagens do passado: São Paulo e Rio de Janeiro nos primórdios do cinema*, São Paulo: Senac, 2004, p. 212.

[382] *Correio da Manhã*, 14 ago. 1911, p. 10. Anúncio idêntico publicado no mesmo dia, mas na *Gazeta de Notícias*, foi transcrito por Vicente de Paula Araújo (1976, p. 370).

[383] O cinema porto-alegrense Recreio-Ideal, de Damasceno Ferreira, “era a matriz de uma rede de salas exibidoras (filiais) distribuídas pelo interior do estado: Pelotas, Bagé, Santa Maria e Rio Pardo” (A. D. Trusz, “Emílio Guimarães: as múltiplas identidades de um produtor de imagens no Brasil dos anos de 1910”, *Significação*, n. 36, 2011, p. 69).

Rubem Pinheiro Guimarães, na Bahia,³⁸⁴ ou Francisco Gomes Nogueira, diretor da Companhia Cinematográfica Nacional, com cinemas nos estados de Minas Gerais e Rio de Janeiro.³⁸⁵

Além disso, o circuito exibidor da capital federal era, de longe, o maior e mais lucrativo do Brasil, enquanto as empresas localizadas na cidade dominavam o mercado distribuidor de filmes no Brasil. Mas o que diferenciava a CCB dos concorrentes que, em sua esteira, também passaram a espelhar em seus nomes uma ambição nacional, era a reunião de um capital muito mais elevado a sustentar investimentos cada vez mais ambiciosos. A CCB foi mais longe que seus concorrentes e se expandiu para além de São Paulo. Seus movimentos arrojados, no primeiro semestre de 1912, levaram à instalação de um truste cinematográfico no Brasil.

Portanto, conforme fora previsto no documento escrito pelos distribuidores cariocas e entregue ao governo em janeiro de 1912, o aumento dos impostos sobre a importação de filmes não teve efeito protecionista que pudesse favorecer o processo de industrialização no Brasil, entendendo-o como o aumento na produção de filmes no país. Na verdade, ele coincidiu com a diminuição da produção cinematográfica ficcional no Rio de Janeiro, que tinha se ampliado desde 1908, isto é, com o fim da suposta “bela época do cinema brasileiro”. Afinal, a matéria-prima para a realização de filmes (negativo virgem) sofreu um aumento nos impostos

[384] Abandonando o mercado exibidor paulista, onde era concorrente de Serrador, Rubem Pinheiro Guimarães criou um truste de exibição em Salvador, onde controlou os cinemas São João, Íris, Central e Soledade, além de ter se tornado um distribuidor de filmes para todo o Nordeste. Tornou-se ainda representante da Loteria Federal no estado da Bahia. Ver R. N. S. Fonseca, *Fazendo fita: cinematógrafo, cotidiano e imaginário em Salvador, 1897-1930*, Salvador: Edufba e Centro de Estudos Baianos, 2002, p. 111; S. Boccanera Júnior, *Os cinemas da Bahia: 1897-1918*, 2 ed., Salvador: Edufba, 2007, pp. 91-107.

[385] Em março de 1912, Gomes Nogueira fundou a Companhia Cinematográfica Nacional (CCN), cujo capital era de 500 contos de réis. A empresa possuía os cinemas Comércio (Belo Horizonte), Juiz de Fora (idem) e Éden (Niterói), além do material cênico da companhia Dias Braga, adquirido por Eduardo Victorino, que dirigia o teatro Polytheama (barracão de madeira localizado no Canal do Mangue, no Rio de Janeiro), então arrendado à CCN. Segundo Maria do Carmo Costa Silva, a empresa Gomes Nogueira já havia adquirido também os cinemas Progresso, em dezembro de 1910, e Colosso, em 1911, ambos em Belo Horizonte. Ver R. L. Freire, *Cinematographo em Nitheroy: história das salas de cinema de Niterói*, Niterói: Niterói Livros, 2012, p. 57; Maria do Carmo Costa Silva, *O fim das coisas: as salas de cinema de Belo Horizonte*, Belo Horizonte: Secretaria Municipal de Cultura, 1995, pp. 23-24.

ainda maior do que o das cópias impressas destinadas à exibição. Além disso, a elevação tarifária coincidia com a tendência mundial de aumento na metragem e nos orçamentos dos filmes, difícil de ser acompanhada pelos cinegrafistas locais que dependiam de variados insumos estrangeiros e vinham sendo financiados por exibidores com limitados recursos para investimentos mais vultosos. Como os diretores da CCB responderam em entrevista aos jornais em 1912, a companhia exibiria apenas “fitas [nacionais] com a mesma perfeição das fábricas do estrangeiro”, evidenciando que a realização de filmes de ficção não seria prioridade ao já estabelecer uma comparação que inferiorizava a produção local.³⁸⁶ Desse modo, os diretores da CCB deixavam claro que iriam se restringir à produção de filmes naturais (“aspectos, vistas das capitais, cidades e pontos pitorescos e importantes dos estados”) a servirem de complemento ao produto estrangeiro.³⁸⁷

Com o fechamento de inúmeros contratos que garantiam à CCB amplo e regular fornecimento de filmes novos estrangeiros, não havia mais uma oferta insuficiente de obras inéditas, inferior à demanda, que precisasse ser suprida pela produção local. Mesmo assim, é preciso não incorrer no erro de restringir a análise do cinema brasileiro aos filmes ficcionais realizados no Rio de Janeiro ou em São Paulo. Apesar de ainda serem necessárias pesquisas sistemáticas, é possível afirmar que a produção de filmes de atualidades no Brasil, documentando acontecimentos, figuras e paisagens locais, ampliou-se na década de 1910 com sua disseminação por diferentes estados do país.

O que ocorreu, de fato, foi um significativo movimento de concentração no setor de distribuição de filmes, de modo a compensar os impostos mais altos através da importação em grande escala e com o objetivo de explorar o crescente mercado interno, que continuava se ampliando com a abertura de novas salas de exibição e o aumento do público espectador ao redor do Brasil.

[386] “A grande companhia e os seus planos: a ‘Gazeta’ entrevista os diretores da companhia”, *Gazeta de Notícias*, 14 maio 1912, p. 2.

[387] “A grande companhia e os seus planos: a ‘Gazeta’ entrevista os diretores da companhia”, *Gazeta de Notícias*, 14 maio 1912, p. 2.

Capítulo 3

A hegemonia da CCB: 1912–1914

A formação do truste

O pesquisador Vicente de Paula Araújo escreveu na parte final de seu livro *A bela época do cinema brasileiro*: “Ainda em maio [de 1912] a população da cidade foi surpreendida com esta notícia inacreditável: São vendidos os cinemas da Avenida Rio Branco”.¹ Talvez contaminado pelo sensacionalismo daquele furo de reportagem da *Gazeta de Notícias*, o pesquisador conferiu tons dramáticos a um negócio que teria resultado na súbita implantação de um truste cinematográfico no Brasil.² A compra pela Companhia Cinematográfica Brasileira (CCB) dos cinemas Pathé, Odeon e Avenida, os três localizados na antiga avenida Central, recém-renomeada em homenagem póstuma ao Barão do Rio Branco, era narrada como uma reviravolta de filme de ação.

Por um lado, tratava-se realmente de um “açambarcamento do mercado” como a imprensa descreveu. Por outro, não era uma ação brusca e imprevista, mas sim o resultado de um processo estratégico e articulado. Já possuindo as melhores salas de exibição de São Paulo, o objetivo da CCB era incorporar ao seu circuito os principais cinemas lançadores da então capital federal,

[1] Vicente de Paula Araújo, *Bela época*, p. 394.

[2] A notícia foi dada em primeira mão pela *Gazeta de Notícias* no dia 9 de maio. O furo de reportagem informava a compra pela CCB dos cinemas Avenida, Pathé e Odeon, mas a venda deste último, por um preço mais baixo do que o do Avenida, foi desmentida no dia seguinte. De fato, ela só foi confirmada pela imprensa no dia 12, sem que fosse informado o valor (*O Paiz*, 10 maio 1912, p. 4; *O Paiz*, 12 maio 1912, p. 16).

adquirindo todas as salas localizadas no luxuoso *boulevard* onde os cinemas fixos tinham surgido cinco anos antes. O Kosmos já havia fechado, Staffa recusou solenemente vender o pioneiro Parisiense ou ser incorporado à companhia, e o Concerto Avenida (ex-Pavilhão Internacional) era um velho barracão ameaçado de demolição. A CCB comprou os outros três cinemas da avenida.³

A compra dos cinemas foi feita parte em dinheiro e parte mediante oferta de participação na pujante companhia, cujas ações tinham se valorizado de 200 para 300 mil réis de um ano para o outro. A arrojada operação foi possibilitada pela emissão de 10 mil novas ações que dobraram o capital social da CCB de dois para quatro mil contos de réis. O Odeon foi vendido por 280 contos (200 em dinheiro e 80 em ações da nova emissão), o Avenida por 540 contos (300 em dinheiro e 240 em ações) e o Pathé por 80 contos em dinheiro – o valor bem menor desse cinema se devia ao fato de que o contrato de locação do prédio venceria em apenas dois meses.⁴

Desse modo, é importante ressaltar que a CCB adquiriu as instalações e o contrato de arrendamento dos prédios, uma vez que as três empresas exibidoras (Arnaldo & Cia, Castro Guidão & Cia e Zambelli & Cia) eram apenas locatárias e não proprietárias dos imóveis onde as salas estavam instaladas. Enquanto o Rio de Janeiro continuava assolado por uma crise habitacional crônica, ampliada com a demolição dos cortiços e demais habitações populares pelo “bota abaixo”, as recentes reformas urbanas tinham valorizado o solo e elevado ainda mais o preço dos imóveis localizados na renovada área central da cidade.

A incorporação das principais salas lançadoras do Rio de Janeiro à CCB, que já dominava o circuito em São Paulo, foi fundamental para o futuro da companhia, mas sua ação foi muito mais ampla. Tão ou mais importante que a compra dos três cinemas foi a investida da companhia sobre o mercado de distribuição. O truste que a CCB instalou não seria possível sem o domínio que ela obteve do comércio de filmes nessa mesma negociação.

[3] Em entrevista, Staffa disse, certamente como deboche, que teria pedido “apenas” dois mil contos de réis pelo Parisiense, valor equivalente a todo o capital social da CCB. Posteriormente o exibidor disse que jamais venderia seu cinema (“O ‘trust’ cinematográfico e o que, a respeito, nos disse o sr. J. R. Staffa”, *Correio da Manhã*, 10 maio 1912, p. 2).

[4] “Companhia Cinematographica Brasileira. Acta da Assembleia Geral Extraordinaria”, *Diário Oficial do Estado de São Paulo*, 8 jun. 1912, p. 2400.

Já em 24 de abril de 1912, foi anunciado pela imprensa o contrato assinado entre a CCB e a Herbst Brothers, através de seu agente Alexander K. Von Koenig, conferindo à companhia a exclusividade para todo o Brasil dos filmes americanos da Vitagraph, Edison, Lubin, Wild West, Essanay, Méliès.⁵

No início de maio, uma comitiva da CCB, formada por seus presidente e vice-presidente (Antonio Camargo e Silverio Ignarra) e pelos dois gerentes (Francisco Serrador e Antonio Bittencourt), viajou para o Rio de Janeiro e seus membros se hospedaram no Hotel Avenida, em plena avenida Rio Branco.⁶ Numa reportagem publicada no dia 12 de maio, foi informado que, além da compra dos três cinemas, concluída no dia anterior, a CCB havia adquirido os direitos das mais conhecidas marcas de filmes: “Com os respectivos agentes nesta capital já foram fechados negócios para a representação exclusiva das fábricas Milano Film, Pasquali, Éclair, Cines, Savoia, e todas as fábricas americanas, exceto Biograph, estando quase concluído o negócio com as fábricas Pathé e Gaumont”.⁷ Ou seja, Alberto Sestini e Jules Blum já haviam fechado contratos com a CCB, faltando apenas Lebre e os Ferrez. Com a aquisição da empresa Zambelli & Cia, do cinema Odeon, a CCB também tinha incorporado a representação da Milano. Apenas Angelino Stamile, agente exclusivo da Biograph, havia refutado a investida de Serrador e seus sócios, da mesma forma que Staffa.⁸ Ainda assim, na assembleia geral extraordinária seguinte da CCB, em 5 de junho, foi anunciado o feito da diretoria ter conseguido adquirir “quase a unanimidade de filmes que se editam em todo o mundo”.⁹

Além de fechar contrato com os respectivos agentes ou representantes para deter exclusividade em todo o Brasil dos filmes das principais fábricas estrangeiras (e não mais apenas em São Paulo, como antes), a CCB adquiriu outras empresas que lhe permitiam estabelecer uma rede nacional de distribuição.

[5] *O Paiz*, 24 abr. 1912, p. 16. Todas essas fábricas eram membros do poderoso truste da Motion Picture Patents Company (MPPC), por isso a inclusão da companhia francesa de George Méliès. Aliás, a American Wild West Film Company era a filial americana da empresa de George, criada por seu irmão, Gaston.

[6] “Os cinematographos da Avenida: A grande Companhia e seus planos: A ‘Gazeta’ entrevista os directores da Companhia”, *Gazeta de Notícias*, 12 maio 1912, p. 2.

[7] “O ‘trust’ dos cinematographos”, *Gazeta de Notícias*, 12 maio 1912, p. 2.

[8] *Gazeta de Notícias*, 12 maio 1912, p. 5.

[9] “Companhia Cinematographica Brasileira. Acta da Assembleia Geral Extraordinária”, *Diário Oficial do Estado de São Paulo*, 8 jun. 1912, p. 2400.

Antes mesmo de a “notícia inacreditável” da compra dos três cinemas da Avenida chegar ao público, a imprensa anunciou, com bem menos estardalhaço, a aquisição da Companhia Cinematográfica Nacional (CCN), do Coronel Francisco Gomes Nogueira, por 300 contos em ações da CCB. Além de incorporar salas importantes nas cidades de Belo Horizonte, Juiz de Fora e Niterói, a CCB passaria a ter filiais para distribuição de filmes no estado de Minas Gerais. O domínio da região Sudeste se tornava quase completo.¹⁰

No mesmo dia 12 de maio, foi noticiado, ainda, que a Empresa Cinematográfica Internacional (ECI) havia sido incorporada à CCB por 95 contos (35 em dinheiro e 60 em ações). Com a aquisição de mais essa empresa distribuidora, a companhia de Serrador ampliava seu já enorme estoque de filmes e, principalmente, adquiria o cardápio de clientes da ECI ao redor do Brasil. Meses depois, o diretor da ECI, Leon Jacob, seria nomeado diretor da agência da CCB em Recife, recebendo comissão de 5% sobre a renda total da filial.

Mas como José Inácio de Melo Souza destacou, “o coração da operação” foi a incorporação à CCB da Marc Ferrez & Filhos, por 750 contos de réis (300 em dinheiro e 450 em ações da nova emissão), a mais cara de todas as aquisições.¹¹ Conforme registrado em cartório no dia 30 de maio, o negócio consistiu na “venda e cessão de direitos de representação de fábricas, de negócio, e sublocação de prédio”, isto é, todas as instalações e materiais (incluindo filmes e equipamentos) dos escritórios e galpões da MF&F, localizados na rua São José, 112, e na rua Senador Dantas, 88, e, principalmente, os direitos e vantagens garantidos pelo contrato com a Pathé Frères e com as fábricas de motores Aster e

[10] O cinema Édén foi anunciado como uma sala da CCB pela imprensa niteroiense em 9 de maio de 1912. Entretanto, só em 15 de maio a Assembleia Geral Extraordinária da CCN aprovou a proposta de venda de todos os bens da empresa para a CCB. Na ata da assembleia, foi comentada a compra dos cinemas da avenida Rio Branco pela CCB, “estabelecimentos estes que a Companhia Cinematográfica Nacional tinha em vista adquirir mais tarde”, mostrando a grande pretensão original da sociedade liderada por Gomes Nogueira. A aquisição da CCN também trouxe para seio da CCB o empresário mineiro Vivaldi Leite Ribeiro, que teria importante papel no futuro da empresa. Vivaldi fazia parte do conselho fiscal da Empresa Gomes Nogueira e da CCN, e se tornou importante acionista da CCB através de sua Companhia Mercantil e Industrial Casa Vivaldi. *O Fluminense*, 8 maio 1912, p. 2; *O Fluminense*, 9 maio 1912, p. 2; *Diário Oficial da União*, 4 jun. 1912, p. 7322.

[11] J. I. M. Souza, *Imagens do passado: São Paulo e Rio de Janeiro nos primórdios do cinema*, São Paulo: Senac, 2004.

Dion Bouton.¹² A CCB adquiriu o vasto estoque de cópias usadas da MF&F que, conforme o depoimento de Fernando Rabello, tinha àquela altura aproximadamente 400 mil metros de filmes.¹³ A incorporação da MF&F significava ainda o acesso à cartela de clientes da distribuidora que incluía os principais exibidores do país fora do Sudeste, como Teixeira, Martins & Cia (Belém), Muratori & Mesiano (Fortaleza), Libório & Riedel (Recife), Ruben Guimarães (Salvador), Ildefonso & Cia (Curitiba) e F. Damasceno Ferreira & Cia (Porto Alegre).

A associação da MF&F à CCB fez com que, na prática, o setor de distribuição de filmes da companhia ficasse sob a alçada dos Ferrez, os pioneiros desse ramo em todo o Brasil. Além de transformarem os principais profissionais do campo da distribuição no Brasil em sócios-acionistas, a CCB havia adquirido a estrutura criada ao longo dos últimos anos pelos Ferrez, incorporando ainda alguns de seus principais distribuidores regionais, como a ECI e a Gomes Nogueira.

Nenhum dos diretores da CCB, com negócios em São Paulo, tinha vasta experiência na distribuição de filmes em caráter nacional. Além disso, manter o controle dessa atividade provavelmente foi uma das exigências dos Ferrez para fecharem o acordo. Dessa forma, na reunião da diretoria e do conselho deliberativo da CCB, em 4 de julho de 1912, Luciano Ferrez foi nomeado gerente-geral da recém-criada sucursal do Rio de Janeiro da companhia e Julio Ferrez, gerente. Luciano receberia salário de um conto de réis e gratificação equivalente ao que a diretoria – composta pelo presidente, vice-presidente, gerentes e tesoureiro – recebia de porcentagem (2% do lucro líquido da companhia), sendo que dessa gratificação seria pago o ordenado de Julio.¹⁴ Além do salário, Marc, Luciano e Julio também receberiam, obviamente, os dividendos da companhia como seus acionistas.

[12] Djalma da Fonseca Hermes. “Venda e cessão de direitos de representação de fábricas, de negócio, e sublocação de prédio”, 30 maio 1912, Rio de Janeiro, 9º Ofício de Notas. FF:FMF 2.2.2.2.1, AN.

[13] Fernando Rabello. O meu emprego na casa dos Snr. Marc Ferrez Filhos Ltda, 8 out. 1944, FF:FMF 4.0.5, AN.

[14] No segundo semestre de 1913, a porcentagem distribuída à diretoria foi de 18 contos de réis. Como esse era o valor pago a cinco diretores, dividido por seis meses, o valor mensal dado para cada um deve ter sido de 600\$000 réis. Companhia Cinematographica Brasileira. *Acta da Reunião da Directoria e do Conselho Deliberativo da Companhia Cinematographica Brasileira, no escriptorio central na Rua Brigadeiro Tobias, n. 52*. São Paulo, 2 de julho de 1912, FF:FMF 2.2.1.2, AN; “Balanço da Companhia Cinematográfica Brasileira”, *Diário de Pernambuco*, 22 abr. 1914, p. 6.

No primeiro ano de existência da companhia, entre julho de 1911 e junho de 1912, a CCB havia pagado dividendos de 500 contos de réis, divididos trimestralmente em quatro pagamentos de 12\$500 para cada uma das 10 mil ações.¹⁵ Os balanços tornaram-se semestrais após a ampliação do capital, cujos lucros compensaram os vultosos investimentos. Afinal, entre julho e dezembro de 1912, os dividendos pagos foram de 500 contos de réis num semestre, equivalendo a 25\$000 réis por ação, mais do que o dobro dos dividendos anteriores.¹⁶

Comparando a divisão de ações entre os sócios nos relatórios publicados pela CCB em 1912 e 1914, percebemos que, após os negócios no Rio de Janeiro, a maior parte das novas ações coube aos Ferrez e ao grupo do conde Asdrúbal do Nascimento e do comendador Antonio Zerrenner, poderosos empresários ligados, assim como Adam von Bülow, à cervejaria Companhia Antarctica Paulista. Ou seja, a família Ferrez (reunidas as ações em nome de Marc, Julio e Luciano) tornou-se o terceiro maior grupo de acionistas da companhia, atrás dos empresários ligados à Antarctica, enquanto os exibidores paulistas que fundaram a CCB (Serrador, Gadotti e Bittencourt), mantinham-se confortavelmente à frente.¹⁷

Como gerente-geral da filial carioca, Luciano Ferrez recebeu procuração para realizar todas as transações financeiras necessárias ao “bom desempenho de seu mando e aos interesses da Companhia”.¹⁸ Portanto, ao ingressar na nova sociedade, na prática a Marc Ferrez & Filhos – àquela altura com Luciano e Julio à frente –, passou a dirigir a sucursal carioca da CCB, eventualmente mais lucrativa

[15] Companhia Cinematographica Brasileira, *Relatorio da directoria para ser apresentado em Assembleia Geral a realizar-se em 11 de agosto de 1912*. São Paulo: Empresa Gráfica Moderna, 1912, FF:FMF 2.2.1.4.1, AN.

[16] *Jornal do Commercio*, 4 fev. 1913, p. 7.

[17] Serrador tinha 3.706 ações e sua força se ampliava com Gadotti, dono de outras 1.465 ações, e Antonio Bittencourt Filho, com 375 ações. Os Ferrez tinham 1.588 ações. Depois de Serrador, o principal acionista individual era o conde Asdrúbal do Nascimento, que passou, entre 1912 e 1914, de 500 para 1.505 ações. Já Zerrenner passou de 500 para 1.000 ações, enquanto Bülow teve pequeno aumento de 500 para 600 ações. Portanto, Nascimento, Zerrenner e Bülow tinham juntos 3.105 ações, menos que Serrador individualmente. Companhia Cinematographica Brasileira. *Relatorio da directoria para ser apresentado em Assembléa Geral a realizar-se em 11 de agosto de 1912*. São Paulo: Empresa Graphica Moderna, 1912, FF:FMF 2.2.1.4.1, AN; Companhia Cinematographica Brasileira. *Relatorio da directoria para ser apresentado em Assembléa Geral a realizar-se em 29 de setembro de 1914*. São Paulo: Typo. Cardozo, Filho & Comp., 1914, FF:FMF 2.2.1.4.2, AN.

[18] 2º Tabellião Claro Liberato de Macedo. *Procuração da Companhia Cinematographica Brasileira a Luciano Ferrez*, São Paulo, 5 de julho de 1912. Arquivo Família Ferrez: FM: FMF 2.2.1.3.

e importante que a matriz em São Paulo, sendo-lhe oferecida autonomia (relativa, como veremos) para conduzir os negócios de distribuição da empresa como um todo, num volume ainda maior do que aquele em que vinham trabalhando.

A rotina de trabalho mudou, inclusive em relação à escala dos negócios, conforme relato de Fernando Rabello, antigo funcionário da MF&F que foi incorporado à CCB. Fernando descreveu a criação de três linhas de programas de filmes para distribuição, cada uma vinculada a um cinema lançador diferente:

Nosso stock foi transferido para o Largo da Carioca¹⁹, onde se achava instalada a filial [da CCB], tendo eu seguido os meus chefes [...]. No grande armazém havia enorme stock de filmes de todas as agências do Rio, o qual foi dividido em três seções: Odeon, Pathé e Avenida, tocando a mim a chefia da Odeon, desempenhando o cargo satisfatoriamente, sob gerência geral do saudoso Salvador Grecco.²⁰

Luciano Ferrez, posteriormente, descreveria a nova prática implantada por Serrador na distribuição de filmes no Rio de Janeiro de criar três “redes” vinculadas a cada uma das salas lançadoras da Avenida Rio Branco, cujos programas eram geralmente diferentes uns dos outros. Desse modo, a CCB começaria a distribuir três programas distintos, simultaneamente, com o objetivo de ampliar o número de locações e passar a “ter três clientes em cada quarteirão”.²¹

Se a MF&F atuava desde 1908 com a contratação de representantes fora do Rio de Janeiro, de certo modo terceirizando a distribuição de filmes nas demais regiões do Brasil, a CCB criou, gradativamente, uma ampla estrutura de agências próprias. A primeira aberta foi a de Salvador (que iniciou seus trabalhos por volta de setembro de 1912, sob gerência de Lincoln Paiva), seguida por Recife (novembro de 1912, gerenciada por Leon Jacob) e Porto Alegre (julho

[19] Inicialmente, a filial carioca CCB manteve o endereço onde funcionava a MF&F, na rua São José, 112, e posteriormente se mudou para o largo da Carioca, 13.

[20] Fernando Rabello, O meu emprego na casa dos Snr. Marc Ferrez Filhos Ltda, 8 out. 1944, FF:FMF 4.0.5, AN.

[21] Em 1914, porém, a CCB já tinha passado a operar com apenas duas redes no Rio. No ano seguinte, criticando essa prática implantada por Serrador, Luciano alegava que eles mal teriam um “bom cliente” em cada quarteirão. Carta de Luciano a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 12 jul. 1914, FF:JF: 2.1.1.1, AN; carta de Luciano a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, s.d. [1915], FF:FMF: 2.2.2.5.1.79/5, AN.

de 1913, gerenciada por J. C. Monteiro). A CCB ainda mantinha como representantes no Norte do Brasil a empresa paraense Teixeira, Martins & Cia e, no Paraná, a empresa Gineste & Pelissari. Mas em setembro de 1913 a CCB abriu uma agência própria em Curitiba, seguida, em janeiro de 1914, pelas de Belo Horizonte e Juiz de Fora. Obviamente, a CCB já tinha uma estrutura própria no interior de São Paulo, como uma filial em Ribeirão Preto, estabelecida em 1910 e herdada da Empresa F. Serrador.²²

Para cuidar das importações da Europa, a CCB incorporou o agente (e, àquela altura, amigo pessoal) dos Ferrez, Achille Nevière, com escritórios em Paris na rua Chabrol, 71, possuindo a seu serviço ainda o agente Henri Levy, na rua Paradis, 22, também na capital francesa.

A incorporação à CCB obrigou os Ferrez a renegociarem os termos da representação da Pathé Frères que havia sido assinada no início do ano. O contrato firmado em 20 de fevereiro de 1912 entre a MF&F e a Pathé Frères havia estabelecido o preço de 70 centavos de franco por metro de filme, 60 centavos pelo metro do *Pathé-Journal* e 50 centavos pelo metro de filme virgem. Uma taxa de 10% sobre a renda bruta dos negócios feitos no Brasil com filmes e equipamentos era devida à fábrica francesa. As cópias deveriam ser devolvidas após dois anos, caracterizando aluguel e não mais venda. O volume mínimo de importação era de cinco cópias dos programas de filmes que somariam pelo menos 2.500 metros, totalizando 12.500 metros de película por semana.²³

Luciano Ferrez descreveu posteriormente a transação: “A troca destas condições excepcionais [os baixos preços] a Fábrica Pathé nomeara um fiscal adido à nossa casa para acompanhar diariamente as operações sobre o total de todos os negócios cinematográficos feitos pela firma Marc Ferrez quer com as fitas novas Pathé, quer com as fitas que Marc Ferrez possuía anteriormente, enfim sobre o total de negócios cinematográficos, a casa Pathé teria 10% de comissão”.²⁴

[22] Entre julho de 1913 e dezembro de 1914, a mais lucrativa agência da CCB foi a de Recife (356 contos de réis), seguida pela de Porto Alegre (267), Salvador (174), Curitiba (45), Belo Horizonte (33) e Juiz de Fora (10), sendo listada ainda a distribuidora paulista A Competidora (17), também comprada pela CCB. Ver Ricardo Figueiredo, Quadro demonstrativo da despesa das Agências, desde julho de 1913 até dezembro de 1914, 28 jan. 1915. FF:FMF 2.2.2.5.3, AN; Veruschka de Sales Azevedo, *Cinema e sociabilidade nas cidades do café: Franca e Ribeirão Preto (1890-1930)* (tese), PUC-SP, 2015, p. 127.

[23] Copie du contrat des Etablissements Pathé Frères du 20 Février 1912, FF:FMF 2.0.1.12.12, AN.

[24] Histórico do negócio Pathé, FF:FMF 2.2.2.5.1.5/2, AN.

Esse contrato vigorou apenas três meses, de março a maio de 1912. Em junho, Marc Ferrez estava em Paris para acertar as novas condições que passaram a valer a partir de 1º de julho de 1912. A pedido da CCB, os Ferrez solicitaram a retirada da cláusula de pagamento de 10% sobre a renda bruta, cujo valor, entre março e maio, havia sido de 13.700 francos por mês, em média. Diante disso, “a casa Pathé desistiu de seus interesses de 10% sobre o total de negócios, deixou o *Pathé-Journal* pelo mesmo preço, deixou a fita virgem pelo mesmo preço, deixou 10% [de desconto] sobre o catálogo de material [projetores] e reverteu esta comissão sobre as fitas a entregar, dando o cálculo um acréscimo de 30 centavos [centavos de franco] em cada metro em geral, quer fossem de arte, coloridos, virados etc.”.²⁵ Ou seja, a taxa de 10% sobre os negócios de distribuição de filmes deixou de ser cobrada pela Pathé sobre a CCB e o preço das cópias impressas (coloridas ou não, filmes de arte ou não) foram majorados para o valor praticado até a renovação do contrato em fevereiro de 1912.

Assim, a partir de 1º de julho de 1912, o metro do filme impresso da Pathé passou a custar 1 franco para a compra mínima de 12.500 metros semanais pela CCB. O que excedesse essa quantidade poderia ser comprada pelo preço anterior de 70 centavos. Posteriormente, apenas os filmes estrelados por Max Linder passaram a ter um preço diferenciado, de 20 centavos a mais por metro, devido ao contrato excepcional feito entre o astro e a fábrica francesa.²⁶

O valor mais alto para os filmes protagonizados por Max Linder demonstra cabalmente como o estrelismo já criava uma hierarquização entre filmes, inclusive dentro da mesma companhia, mas servindo também como renovado atrativo para a produção daquela marca. Explorando o sucesso dos astros exclusivos dos filmes da Pathé Frères, a CCB fez publicar, ainda em 1912, anúncios com imagens dos “melhores artistas dos maiores palcos”, como os da SCAGL, mas também do “*trust* dos comédicos” – Prince, Deed, Mistinguett e, obviamente, Max Linder –, fazendo piada com o próprio monopólio do qual ela era acusada de instalar no Brasil (figura 15).

Embora o contrato com a Pathé Frères fosse crucial para a CCB, diferente-

[25] Histórico do negócio Pathé, FF:FMF 2.2.2.5.1.5/3, AN.

[26] Carta do Diretor do Serviço Comercial da Pathé Frères (nome ilegível) a Marc Ferrez & Filhos, 20 jun. 1912, FF:FMF 2.0.1.12.13, AN; Copie de lettre de Etablissements Pathé Frères (Vincennes) du 13 novembre 1912 à Messieurs Marc Ferrez & Fils (Supplément pour films Max Linder), FF:FMF 2.0.1.13.18, AN.

mente da relação de exclusividade estabelecida com a MF&F, a marca francesa era uma dentre as várias que a companhia passava a distribuir para todo o Brasil. Anúncios publicados com destaque em diversos jornais e revistas eram ilustrados com as logos das diferentes fábricas estrangeiras, como joias a decorar a coroa da “maior e mais importante empresa cinematográfica da América do Sul” (figura 16).²⁷

Pode-se ressaltar, porém, o outro lado dessa relação, uma vez que as fábricas europeias também listavam em seus anúncios e documentos, orgulhosamente, as cidades em diferentes partes do mundo onde possuíam agentes, representantes ou filiais. O Rio de Janeiro se tornava um local cada vez mais presente nessas listagens que atestariam o poder dessas companhias, expresso pela presença global de seus filmes.

Não é o foco deste trabalho, mas é preciso destacar ainda que a CCB também investiu no campo teatral, arrendando ou construindo salas de espetáculos depois alugadas às companhias dramáticas.²⁸ Mais importante, no entanto, é ressaltar que a CCB também foi uma das primeiras empresas brasileiras a comercializar projetores especialmente destinados ao uso fora das salas de cinema – nas residências e escolas, por exemplo –, lançando no país o aparelho Pathé Kok, que utilizava uma película não inflamável de diacetato de celulose de 28mm de largura ao invés da bitola tradicional de 35mm em nitrato de celulose. Além da segurança, o destaque era dado à simplicidade de manuseio: com um motor embutido, bastava girar a manivela e o aparelho produzia eletricidade para a lâmpada que iluminava a tela. O preço, porém, era alto: 500\$000 réis pelo aparelho acompanhado de seis filmes.²⁹ Anúncios posteriores informaram o valor mais baixo, de 400\$000, para o aparelho com duas fitas a escolher, sendo oferecido,

[27] *O Estado de S. Paulo*, 25 ago. 1912, p. 1.

[28] Em 1912, a CCB arrendou o parque Fluminense, no largo do Machado, originalmente construído por Paschoal Segreto, que possuía uma sala de espetáculos. Posteriormente, arrendou também o Palace Theatre, na rua do Passeio. Entretanto, no relatório da Assembleia Geral Ordinária da CCB de 1914, foi informado aos acionistas o insucesso da Empresa Theatral Brasileira, responsável por esses negócios: “As companhias teatrais, no Brasil, nestes dois anos, pouco resultado tem dado e mesmo o Café Concerto, que compensava qualquer prejuízo, devido à considerável baixa cambial, com pagamento em ouro aos artistas e visível baixa nas receitas, nos obriga a alugar, temporariamente, os teatros a ter que conservá-los fechados à espera de melhores temporadas. Companhia Cinematographica Brasileira, *Relatorio da directoria*, pp. 5-6.

[29] *Jornal Ilustrado*, n. 13, dez. 1912, p. 5.

ainda, o aluguel de filmes partindo de 30 réis por dia.³⁰ Depois do Pathé Kok, outros modelos chegaram ao Brasil através de concorrentes da CCB.³¹

Por fim, a entrada da CCB no mercado carioca também buscou reestabelecer uma diferença mais acentuada entre os cinemas lançadores da avenida Rio Branco e as demais salas de exibição. Cinemas como o Ideal, na rua da Carioca, e o Haddock Lobo, na Tijuca, entre outros, vinham recentemente estreando filmes simultaneamente às salas da avenida ou os exibindo poucos dias depois. A coluna “Gazeta dos cinemas”, por exemplo, registrou esse fenômeno citando outras salas:

Os infelizes dos bairros excêntricos e dos subúrbios sofrem muito, mas continuam a luta. São dignos de registrar os esforços que fazem certos estabelecimentos, como o Bijou, o Colombo [do Estácio], o Mascote [do Méier], o Pathé Cinema de Botafogo, etc. etc., com espetáculos modernos ao mesmo tempo com o que se exhibe no centro. Não olhando para as despesas e apresentando um conjunto mais completo algumas vezes que os dos confrades da Avenida.³²

Esse fenômeno também tinha sido resultado do trabalho com pequenas locações feito por distribuidoras como a ECI e a Jatahy, que alugavam cópias adquiridas aos representantes das fábricas estrangeiras, geralmente comprometidos por contrato com as salas lançadoras do centro. Se a ECI foi incorporada à CCB, a Jatahy posicionou-se em defesa de seus clientes – os pequenos exibidores –, lutando para que eles pudessem continuar exibindo os mesmos filmes que os cinemas lançadores pouco tempo depois da estreia, mas a preços bem menores. Um anúncio da Jatahy, publicado em 17 de maio de 1912 como reação imediata ao açambarcamento do mercado carioca pela CCB, é exemplar dessa posição. O anúncio dizia que a empresa continuaria a oferecer “programas de segunda mão, de todos os fabricantes, europeus ou americanos, garantidos com 15 dias

[30] *Fon Fon*, v. 6, n. 50, 14 dez. 1912, p. 19.

[31] Em 1913, Lebre estava anunciando o “aparelho completo Gaumont, séries escolar e profissionais, filmes instrutivos e científicos [...]”. Encarrega-se da montagem dos aparelhos e fornece filmes próprios para educação das crianças”. Esse anúncio estava na página anterior a uma propaganda do Kok, da CCB. (*O cinema*, v. 1, n. 9, 24 fev. 1913, s.p.). No ano seguinte, Blum & Sestini se diziam os únicos “depositários e agentes exclusivos dos aparelhos cinematográficos para salão e colégio Kineclair, único que serve para projetar filmes de todas as marcas”. *Correio da Manhã*, 22 nov. 1914, p. 13). Os aparelhos Gaumont e Éclair, porém, usavam filmes 35mm.

[32] *A Estação Theatral*, v. 1, n. 40, 1 abr. 1911, p. 3.

após a exibição na Avenida Central”. O anúncio explicava com mais detalhes: “Todo o mundo cinematográfico sabe que as novidades se tornam *livrables* (venda franca), independentes de todo monopólio, 15 dias depois da primeira exibição”.³³

Apesar de a palavra estrangeira dar a entender que a Jatahy – que vinha publicando anúncios na revista francesa *Ciné-Journal* – se refere à disponibilidade para aquisição de cópias no exterior, a frase tem outro significado. Afinal, a menção à “exibição na Avenida Central” indica se tratar de uma referência ao prazo da exclusividade contratada entre os exibidores cariocas e representantes de fábricas estrangeiras para a estreia de seus filmes. Para usar outra palavra estrangeira, tratava-se do *clearance*. Assim, a Jatahy afirmava que seus clientes poderiam ter acesso a qualquer filme duas semanas depois de sua estreia na cidade, independentemente de qualquer acordo com as salas lançadoras. Ou seja, que o *clearance* adotado no mercado brasileiro era de no máximo 15 dias. Essa hipótese faz mais sentido diante da afirmação da Jatahy, no mesmo anúncio, de que tinha como especialidade “alugar fitas de estoque, quase novas, ao preço exatamente da metade do preço dos grandes monopolizadores deste divertimento público”.³⁴

Ao final do anúncio, o elogio rasgado a Staffa – de quem Honório do Prado, proprietário da Jatahy, se dizia “discípulo e admirador” – não seria, como Alice Gonzaga interpretou, um indício de que o exibidor fosse o verdadeiro dono da Jatahy. Tratava-se, na verdade, de um ataque direto à CCB, a qual Staffa tinha se apresentado como contraponto. Afinal, o truste de Serrador representava uma grave ameaça à própria sobrevivência da empresa de Honório do Prado.³⁵

De fato, o temor da Jatahy era justificado. Além da CCB deixar de terceirizar uma parte ou toda a distribuição de seus filmes como vinham fazendo Sestini, Blum e até mesmo os Ferrez, a companhia valorizou ainda mais a exclusividade da exibição em seu próprio circuito. Com a CCB, os filmes lançados nos cinemas da avenida Rio Branco deixaram de estreiar simultaneamente em outras salas cariocas. Como outra estratégia para distinguir seus cinemas

[33] *Gazeta de Notícias*, 17 maio 1912, p. 7, em Vicente de Paula Araújo, *A bela época do cinema brasileiro*, São Paulo: Perspectiva, 1976, pp. 396-398.

[34] *Gazeta de Notícias*, 17 maio 1912, p. 7, em V. P. Araújo, *A bela época do cinema brasileiro*, São Paulo: Perspectiva, 1976, pp. 396-398. Minha interpretação sobre o sentido desse anúncio, portanto, é diferente do indicado por Alice Gonzaga (*Palácios e poeiras: 100 anos de cinema no Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: Record, 1996, p. 101).

[35] A. Gonzaga, *Palácios e poeiras: 100 anos de cinema no Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: Record, 1996, p. 101.

lançadores, a companhia criada por Serrador trouxe da Europa orquestras de damas francesas para tocar na sala de espera de seus cinemas, com grande repercussão e a alto preço, como as regidas pelas célebres violinistas Mme. Claire Robidou e Mme. Marie Louise Gaudron.³⁶

Mais do que um ataque aos cinemas de bairro, essa estratégia mirava, principalmente, nas duas salas lançadoras que eram as principais concorrentes ao Avenida, Pathé e Odeon da CCB: os vizinhos cinemas Parisiense e o Ouvidor, de Staffa e Stamile, respectivamente.

A resistência de Staffa e Stamile

Podemos avaliar em números o domínio avassalador do mercado distribuidor brasileiro alcançado pela CCB. Enquanto sua atuação se restringiu ao mercado paulista, entre julho de 1911 e junho de 1912, a companhia criada por Serrador teve uma renda média mensal com alugueis de filmes de 76 contos de réis, o que a fez quase tão rentável quanto a MF&F.³⁷

Mas entre julho e dezembro de 1912, após a incorporação da MF&F, a renda da recém-criada sucursal carioca e das duas agências já em funcionamento (Salvador e Recife) ultrapassou a da matriz paulista, mais do que dobrando a renda mensal total da CCB com distribuição de filmes, que chegou a 161 contos.

De janeiro a junho de 1913, as rendas da sucursal carioca e das agências foram discriminadas separadamente: a filial comandada pelos Ferrez teve renda

[36] Luciana Corrêa de Araújo, “As orquestras femininas nas salas de cinema cariocas na década de 1910”, *III Jornada de Estudos em História do Cinema Brasileiro*, São Carlos, 2019, p. 2; Pereira, *A música no cinema silencioso no Brasil*, Rio de Janeiro: Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, 2014, p. 99. Um documento descrevendo os custos de manutenção mensal dos cinemas Avenida, Pathé e Odeon, sem data, mas provavelmente do início de 1915, indica como maiores despesas aquelas destinadas às orquestras: 8:000\$000 réis para as orquestras da sala de espera e 8:300\$000 para as orquestras internas, totalizando 16:300\$000, superior aos gastos mensais com aluguel (12:160\$000) e com salários dos demais funcionários (14:189\$000). (Despesas de custeio dos 3 cinemas, FF:FMF 2.2.2.5.2.10, AN). A prática, porém, já tinha sido inaugurada por Arnaldo & Cia, em 1911, quando o cinema Pathé passou a ter uma orquestra de damas francesas tocando no seu salão de espera, sob a direção de Mme. Levy Aldebert, “violoncelista do Conservatório de Paris” (O Marechal no cinema: a inauguração de uma orchestra”, *O Século*, 5 maio 1911, p. 1).

[37] Como já informado, entre março e maio de 1912, a MF&F obteve renda média mensal de 87 contos de réis com distribuição de filmes.

superior à da matriz, elevando ainda mais a renda total da CCB com locação de filmes, que chegou a 192 contos de réis por mês.

Com mais agências sendo abertas e deslocando os negócios da sucursal carioca, no segundo semestre de 1913, a matriz paulista, a filial carioca e as agências ao redor do Brasil apresentaram rendas próximas entre si, colaborando para um aumento da renda total da CCB que alcançou incríveis 223 contos de réis médios por mês. Portanto, no intervalo de dois anos, entre dezembro de 1911 e dezembro de 1913, a CCB aumentou sua renda com a locação de filmes em quase 300%, demonstrando os ótimos resultados da fusão com a MF&F e da expansão nacional de sua cadeia de distribuição (ver tabela abaixo).

Tabela 5 Renda da CCB com locação de filmes entre 1911 e 1913

<i>Período</i>	<i>Renda total com aluguel de filmes</i>	<i>Origem da renda</i>	<i>Renda média mensal</i>
Jul.-dez. 1911	453:851\$135	Matriz paulista	75:641\$855
Jan.-jun. 1912	459:040\$770	Matriz paulista	76:506\$795
Jul.-dez. 1912	967:650\$634	Matriz paulista, sucursal carioca e agências	161:275\$105
Jan.-jun. 1913	1.154:746\$070	Matriz paulista, sucursal carioca e agências	192:457\$678
Jul.-dez. 1913	1.342:079\$270	Matriz paulista, sucursal carioca e agências	223:679\$878

Diante de tamanha força, parecia difícil enfrentar a CCB. Ainda assim, seus principais concorrentes foram aqueles exibidores-distribuidores que já vinham há anos competindo com os Ferrez no Rio de Janeiro e expandindo seus negócios para outros estados: Jácomo Rosário Staffa e Angelino Stamile.

O veterano Staffa se escorava no sucesso recente da Nordisk, com essa marca funcionando como símbolo de um certo tipo de cinema dramático

“adulto”, já que era enganosamente associada aos filmes de outras companhias dinamarquesas, assim como às produções alemães protagonizadas pela estrela dinamarquesa Asta Nielsen. Como apontou Rielle Navitski, os filmes de Nielsen eram divulgados como uma espécie de marca única, com sua foto sendo frequentemente destacada nos anúncios dos jornais, evidência do pioneiro estrelismo da atriz dinamarquesa no mercado brasileiro.³⁸

Auxiliado pela enorme repercussão desses filmes de mulheres seduzidas, sequestradas ou desvirtuadas, Staffa já tinha constituído uma rede própria de locação. No Rio de Janeiro, o exibidor-distribuidor tinha uma clientela estabelecida para exibição de seus filmes posterior ou simultaneamente à estreia no Parisiense, como os cinemas Íris, Haddock Lobo, Paris e Excelsior.³⁹ No início de 1912, o empresário também já possuía agências próprias no Recife (rua das Flores, 10) e em Porto Alegre (rua dos Andradas, 281).

Mas o ímpeto de Staffa, obviamente, se acirrou após a invasão do mercado carioca pela CCB, com a disputas entre as duas distribuidoras se reproduzindo em outras regiões do Brasil. Contra-atacando no território da CCB, Staffa abriu uma agência em São Paulo, logo em 28 de maio de 1912, e, no ano seguinte, inaugurou o Royal Theatre, que lhe serviu como cinema lançador na capital paulista.⁴⁰

Em julho de 1912, Porto Alegre se transformou em outra frente de batalha, com ataques pela imprensa envolvendo o proprietário do Recreio Ideal, Francisco Damasceno Ferreira, tornado agente exclusivo da CCB no Rio Grande do Sul, e Arthur Sampaio, dono do cinema Variedades, que há anos lançava os programas de Staffa na capital gaúcha. Como bem destacou Alice Trusz, “os cinemas Recreio Ideal e Variedades, além de disputarem o mercado local da exibição refletiam, também, de forma cada vez mais evidente, as disputas dos mercados regionais pelas distribuidoras nacionais”.⁴¹

[38] Rielle Navitski, “Asta Nielsen as Import Commodity: International Stardom and Local Film Distribution in Brazil”, 1911–1915, em Uli Jung e Martin Loiperdinger (orgs.). *Importing Asta Nielsen: The International Film Star in the Making 1910–1914*, New Barnet: John Libbey, 2013, pp. 291–298. (KINTOP Studies in Early Cinema, v. 2).

[39] *A Noite*, 24 ago. 1912, p. 2.

[40] J. I. M. Souza, *Imagens do passado: São Paulo e Rio de Janeiro nos primórdios do cinema*, São Paulo: Senac, p. 308; V. P. Araújo, *Salões, circos e cinemas de São Paulo*, São Paulo: Perspectiva, p. 230.

[41] A. D. Trusz, “Emílio Guimarães: as múltiplas identidades de um produtor de imagens no Brasil do anos 1910”, em *Significações*, n. 36, 2011, p. 69.

Ainda assim, é equivocada a afirmação de Alice Gonzaga de que Staffa se tornou “o maior distribuidor do país”.⁴² Ele, certamente, não o era até 1912 (quando o posto era ocupado pela MF&F), nem passou a ser depois disso (quando a CCB assumiu essa posição). Por outro lado, Staffa se tornou a principal opção aos donos de cinemas que queriam se diferenciar das salas concorrentes fornecidas pelo truste da CCB. Para evitar disputas entre seus próprios clientes, a empresa de Staffa anunciava que “só fornece a um cinema em cada localidade”, fosse um bairro ou cidade, dependendo da região.⁴³ Acima de tudo, o proprietário do cinema Parisiense demonstrou ousadia para se opor publicamente ao truste de Serrador e ao desafiá-lo, inclusive, nos tribunais e pelos jornais, sobretudo quando isso envolveu seu mais valioso produto.

Afinal, em 16 de maio, logo após a aquisição das três salas de exibição cariocas, a CCB estreou no cinema Avenida o filme *Sonho negro* (*Den Sorte Drøm*, dir. Urban Gad, 1911), estrelado por Asta Nielsen e Valdemar Psilander, uma cópia comprada no mercado livre de Paris pelo agente Henri Levy.⁴⁴ Como principal exibidor de filmes nórdicos no Brasil, Staffa reagiu no mesmo dia, publicando na imprensa a cópia do telegrama que enviara para seu agente Louis Aubert, na França, solicitando procuração para acionar o concorrente judicialmente.⁴⁵ Entretanto, não houve consequência imediata dessa ameaça, uma vez que, como a correspondência posterior entre Aubert e a Nordisk explicitava, *Sonho negro* era uma produção de outra companhia dinamarquesa, a Fotorama.⁴⁶

De qualquer modo, a ação da CCB provavelmente motivou Staffa a não apenas renovar seu contrato com Aubert para recebimento das produções da Nordisk, como também a ampliar o número de cópias importadas de cada filme, de quatro para seis. O brasileiro insistiu, ainda, através de Aubert, no pedido de

[42] A. Gonzaga, *Palácios e poeiras: 100 anos de cinema no Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: Record, 1996, p. 92.

[43] *Jornal do Recife*, 2 nov. 1913, p. 4.

[44] Enquanto a CCB afirmava ter exclusividade no Brasil para marcas como Pathé, Cines ou Gaumont, anunciava, ao mesmo tempo, em sua publicidade, que fazia “importação direta dos filmes dinamarqueses e italianos”. Em diversos anúncios, não apenas da CCB, o termo “importação direta” foi usado como eufemismo para a aquisição de filmes de fábricas das quais não se era o representante oficial.

[45] “Truste cinematográfico no Brasil”, em *A Noite*, 16 maio 1912, p. 2.

[46] Carta da Nordisk Film Co. a Louis Aubert, Copenhague, 20 maio 1912. Correspondência Nordisk, II-20, Danish Film Institute. Documento gentilmente cedido por Isak Thorsen.

autorização para registrar a marca Nordisk em seu nome no Brasil, mas a companhia dinamarquesa não permitiu. Por outro lado, ela emitiu uma procuração para que Staffa registrasse a marca no país em nome da própria companhia.⁴⁷ Datada de 11 de julho de 1912, a procuração assinada pela Nordisk Film Co., traduzida e autenticada no consulado brasileiro na Dinamarca, delegava ao proprietário do cinema Parisiense os direitos exclusivos no Brasil para vender e usar as fitas produzidas pela fábrica dinamarquesa, autorizando-o ainda a registrar a marca no país em nome da empresa e perseguir aqueles que, sem sua permissão, a explorassem. Essa permissão duraria todo período que fosse mantido o contrato entre Staffa e a Compagnie Générale du Cinematographie e entre a companhia de Aubert e a Nordisk.⁴⁸

Esse tipo de procuração foi usado como arma por Staffa no combate à CCB. Afinal, não era incomum exibidores-importadores adquirirem cópias “avulsas” de filmes cujas fábricas tinham agentes exclusivos no Brasil, mas estreiar um filme antes de seu devido representante ou proprietário – “furar” o concorrente, na gíria da época – vinha se tornando motivo de confrontos mais intensos naquele recente cenário de filmes cada vez mais longos e caros.

Desse modo, no dia 25 de setembro de 1912, quando a CCB “furou” Staffa novamente ao estreiar no cinema Pathé a produção alemã protagonizada por Asta Nielsen, *A dança da morte* (*Der Totentanz*, dir. Urban Gad, Bioscop, 1912), Staffa reagiu de forma mais dura. O empresário conseguiu um mandado judicial, o que levou policiais ao cinema Pathé, precisamente às 15h30, para apreenderem a cópia do filme, interrompendo sua projeção. Os policiais e o oficial de justiça seguiram, então, aos cinemas Odeon e Ideal, para apreenderem as demais cópias em exibição, provocando o cancelamento das sessões e a devolução dos ingressos aos espectadores. Staffa acompanhou pessoalmente a ação de apreensão de duas das três cópias, que teria sido feita “com escândalo” e provocado protesto do público, segundo testemunhou o gerente Salvador dell’Osso.⁴⁹

[47] Cartas da Nordisk Film Co. a Louis Aubert, Copenhague, 27 jun. 1912 e 10 jul. 1912. Correspondência Nordisk, II-20, Danish Film Institute. Documento gentilmente cedido por Isak Thorsen.

[48] Procuração da Nordisk Film Co a J. R. Staffa, Copenhague, 11 jul. 1912. Correspondência Nordisk XII:36:6, Danish Film Institute. Tradução do dinamarquês por Isak Thorsen.

[49] Juízo Federal – Primeira Vara. Manutenção de posse, 2098, Companhia Cinematográfica Brasileira versus Jácomo Rosário Staffa, 26 set. 1912, p. 9, SETARQ/NUGEBI/TRF2.

O humilhante impedimento da exibição de *A dança da morte* enfureceu a CCB, que teve que mudar a programação do dia seguinte e reclamou nos jornais daquela ação estapafúrdia, dizendo tolamente não ter sido uma “apreensão judicial” uma vez que foi feita por policiais, não por juízes.⁵⁰ Se queixando ainda da “injúria” sofrida, a CCB admitiu que “teve com a apreensão enorme prejuízo, que orça em alguns contos de réis”.⁵¹

Contornando a exclusividade no Brasil dos filmes de Asta Nielsen, alardeada por Staffa, a CCB havia comprado, através de Onofrio Mazza, em Paris, três cópias de *A dança da morte*, além de fotos e cartazes desse filme de 1.034 metros, por caríssimos 2,25 francos o metro (figura 17).⁵² A apreensão dessas cópias colocava em risco, de fato, um investimento de mais de 4 contos de réis.

Staffa aproveitou o episódio para repetir o discurso que vinha proferindo publicamente desde maio, ao colocar-se como humilde adversário daquele “projeto de monopólio”.⁵³ O exibidor acusava a CCB de alardear ser depositária de “36 fábricas”, mas precisar se apropriar de um “trabalho de exclusividade do cinema Parisiense”, através de um “acaso de extravio”, afirmando ser isso “a flagrante confissão de sua pobreza de recursos”. Descrevendo-se como uma espécie de Davi a enfrentar um Golias, Staffa se vangloriava frente ao concorrente:

[...] nada pretendo das 36 fábricas que dizem representar: pois as fábricas de que sou concessionário, no Brasil – a Nordisk, Itala-Film e Ambrosio, de Turim, e a série dos trabalhos de Asta Nielsen, sendo quatro, apenas, bastante poderio tem para esmagarem não 36, mas 360 do jaez das que tanto se blasona a truanesca empresa paulista.⁵⁴

[50] O camundongo, “A companhia cinematographica: o cinema parisiense”, em *Jornal do Commercio*, 27 set. 1912, p. 10.

[51] O camundongo, “A companhia cinematographica: o cinema parisiense,” em *Jornal do Commercio*, 29 set. 1912, p. 17.

[52] Juízo Federal – Primeira Vara. Manutenção de posse, 2098, Companhia Cinematográfica Brasileira versus Jácomo Rosário Staffa, 26 set. 1912, p. 7, SETARQ/NUGEBI/TRF2.

[53] J. R. Staffa, “O cinema Parisiense ao público”, *Jornal do Commercio*, 26 set. 1912, p. 8; “O ‘trust’ cinematográfico e o que, a respeito, nos disse o sr. J. R. Staffa”, em *Correio da Manhã*, 10 maio 1912, p. 2.

[54] J. R. Staffa, “O cinema Parisiense ao público”, em *Jornal do Commercio*, 26 set. 1912, p. 8. Carta também reproduzida em *O Estado de S. Paulo*, 29 set. 1912, p. 9.

No dia seguinte, Staffa transcreveu, ainda, uma carta da *Internationale Film-Vertriebs-Gesellschaft*, empresa criada no ano anterior exclusivamente para distribuir os filmes estrelados por Asta Nielsen e dirigidos por seu marido, Urban Gad.⁵⁵ Exatamente como a procuração enviada pela Nordisk, a empresa alemã também delegava a Staffa o direito exclusivo de exploração no Brasil da série de filmes de Nielsen e Gad, na temporada de 1912–1913, autorizando-o “a servir-se, por sua conta, de todos os meios necessários para proibir a exibição ou fazer embargar [esses filmes...] que sejam lançados no mercado brasileiro por qualquer uma outra firma”.⁵⁶

Mas os conflitos não ficaram restritos ao Rio de Janeiro. Em São Paulo, Staffa obteve, no dia 27 de setembro, uma medida de busca e apreensão da cópia do filme dinamarquês *A dama da serpente* (*Bjørnetæmmeren*, dir. Alfred Lind, Det Skandinavisk-Russiske Handelshus, 1912), que havia sido exibido no Bijou-Theatre. Entretanto, Serrador declarou que a cópia já tinha sido expedida para Ribeirão Preto e os policiais ficaram de retornar posteriormente.⁵⁷ Nesse intervalo, a CCB ingressou na justiça federal com um pedido de manutenção de posse para reaver as cópias apreendidas no Rio e um “mandado proibitório” para evitar novas apreensões.⁵⁸ Obtendo sucesso com as ações, as cópias de *A dança da morte* foram devolvidas à CCB no mesmo dia 25, sendo exibidas no dia 27, no Rio de Janeiro. Já a cópia de *A dança da serpente* nem chegou a ser apreendida em São Paulo.

[55] Martin Loiperdinger, “‘Die Duse der Kino-Kunst’: Asta Nielsen’s Berlin Made Brand”, em Uli Jung e Martin Loiperdinger (orgs.), *Importing Asta Nielsen: The International Film Star in the Making 1910–1914*, New barnet: John Libbey, 2013, pp. 98–99. (KINTop Studies in Early Cinema, v. 2).

[56] J. R. Staffa, “Cinema Parisiense: ao público”, em *Jornal do Commercio*, 27 set. 1912, p. 11. Esse documento, datado de 24 de agosto e reconhecido no consulado brasileiro em Frankfurt, foi traduzido para o português e anexado ao já citado processo judicial pela defesa de Staffa.

[57] V. P. Araújo, *Salões, circos e cinemas de São Paulo*, São Paulo: Perspectiva, 1981, p. 214.

[58] Mandado proibitório ou interdito proibitório é uma ação judicial utilizada para prevenir e inibir possível ameaça à posse de algo por alguém. Trata-se de uma medida liminar tradicionalmente invocada no Brasil pelos detentores de poder econômico, como proprietários de grandes propriedades rurais contra possíveis invasões de terra e por empresários contra greves de operários e ameaça de ocupações de fábricas. Por volta de 1909, a empresa Staffa, Stamile & Cia já tinha solicitado na justiça um interdito proibitório para evitar exibições de filmes da Biograph, de sua alegada exclusividade, pela concorrente Pereira, Pinto & Cia nos cinemas Ideal e Paris (*Revista do Supremo Tribunal Federal*, v. 80, jan. 1925, p. 462).

Além disso, a CCB processou Staffa, pedindo compensação por perdas e danos pela ação no cinema Pathé e multa no caso de novas tentativas de apreensão de cópias de filmes. Pelos jornais, o revide da companhia de Serrador foi talvez mais virulento. Em vários artigos assinados com pseudônimo e dotados do subtítulo “Presunção e água benta cada qual toma a que quer”, foram lançadas críticas ácidas e debochadas a Staffa, chamando-o de fanfarrão e mentiroso. Respondendo à afirmação de que o concorrente detinha as melhores marcas, a CCB o acusava de volta: “Por que razão, então, o sr. Staffa tem exibido ‘films’ de Pathé, de Pasquali e outros, se eles nada valem ao lado dos seus?”

Os textos se dedicaram ainda a criticar moralmente o exibidor e os filmes alemães e dinamarqueses que ele lançava, afirmando que o Parisiense era um cinema caça-níquel que exibia apenas “fitas prenes de lubricidade, mulheres casadas seduzidas, virgens profanadas, escravas brancas, escândalos, enfim, coisas que enjoam, que indignam, que pervertem, mas não distraem”. Defendendo as salas da CCB como espaços moralmente seguros para divertimentos familiares, o artigo dizia que “uma moça honesta não pode ver muitas, a maior parte dessas fitas de Nordisk, a alavanca do sr. Staffa”.⁵⁹

Num artigo seguinte, ao relatar que o exibidor concorrente se vangloriava de “furar os outros cinemas” ao exhibir fitas alheias, a CCB, ao final das contas, confessava a própria culpa: “A Companhia quis mostrar ao sr. Staffa que podia fazer o mesmo, sem os seus ‘trucs’, e que podia, como tem feito, exhibir filmes da fábrica Nordisk. Não é, nem foi, uma vingança: foi uma mera lição ao sr. Staffa”.

A comparação entre as salas da CCB (Avenida, Odeon e Pathé) e a de Staffa prosseguiu em novos artigos. As primeiras eram descritas como salões majestosos com orquestras de primeira ordem, enquanto o Parisiense era acusado de ser pequeno, com poucas cadeiras, onde o público “em grande parte de pé, aborrece-se, impacienta-se e tem por única distração ouvir os apitos do *Fon-Fon* e o barulho ensurdecedor das carroças”, referindo-se a um acompanhamento sonoro através de sonoplastia, cujas associações consideradas óbvias, inverossímeis ou exageradas passavam a ser relacionadas ao (suposto mau) gosto das plateias populares.⁶⁰

[59] O camundongo, “A companhia cinematographica: o cinema parisiense”, em *Jornal do Commercio*, 29 set. 1912, p. 17; O camundongo, “A companhia cinematographica: o cinema parisiense”, em *Jornal do Commercio*, 1 out. 1912, p. 11.

[60] O camundongo, “A companhia cinematographica: o cinema parisiense”, em *Jornal do Commercio*, 2 out. 1912, p. 9. No mesmo ano, a revista paulista *O Pirralho* reclamava do

Um outro artigo atacava mais diretamente a figura do próprio Staffa que, mesmo rico, não possuiria o “prestígio” que dizia ter, sendo criticado por não fazer ações filantrópicas em prol de “órfãos, velhos, inválidos, mutilados” e por seu nome nunca estar entre os “doadores aos aflitos em qualquer desastre”.⁶¹ O artigo escrito em nome da CCB descrevia Staffa como um ordinário novo-rico, numa referência ao seu passado de pobreza e contravenções como menino de rua, capoeira e bicheiro.⁶² Além disso, reforçando as acusações de viés moralizantes, atirava-se ao exibidor alguns “estigmas que pairavam sobre os imigrantes italianos”, com o exibidor-distribuidor sendo descrito como um comerciante oportunista, avaro e arrogante.⁶³

Íris-Theatre, onde os ruídos dos filmes também eram imitados com estardalhaço, afirmando que os espectadores sentados na primeira fila “ficam quase surdos com o barulho da cavalaria produzido por um cavalo só” (V. P. Araújo, *Salões, circos e cinemas de São Paulo*, São Paulo: Perspectiva, 1981, p. 206). Por volta de 1918, os “imitadores”, como eram chamados esses sonoplastas, já teriam desaparecido dos cinemas lançadores, mas continuavam atuando nas salas mais populares (Carlos Roberto de Souza e Rafael de Luna Freire, “A chegada do cinema sonoro ao Brasil”, em Fernão Pessoa Ramos e Sheila Schvarzman (orgs.), *Nova história do cinema brasileiro*, São Paulo: Edições Sesc SP, v. 1, p. 297).

[61] Diferentemente da caridade cristã, associada à abnegação e anonimato, a filantropia passou a ser usada como ferramenta de promoção pessoal e instrumento de distinção social no Brasil, pelas classes mais altas, especialmente com a crescente urbanização durante a Primeira República. Gisele Sanglard, “Filantropia e assistencialismo no Brasil”, *História, Ciências, Saúde – Manguinhos*, v. 10, n. 3, set.-dez. 2003, pp. 1095-1098.

[62] Na década de 1880, quando Staffa chegou ao Rio de Janeiro, ainda muito jovem, a capoeira, originalmente criada por escravos negros, já fazia parte da cultura das ruas da capital, a qual se incorporavam imigrantes europeus pobres. Se meninos de rua eventualmente se tornavam aprendizes de capoeira (os caxinguelês), esse foi o caso de Staffa, que teria pertencido à malta dos gamboas. Outro imigrante italiano que chegou ao Brasil como adolescente pobre e foi capoeirista antes de se tornar empresário cinematográfico é Paschoal Segreto, da mesma idade de Staffa. Aliás, Segreto foi mais que aprendiz, tendo sido um dos capoeiristas mais conhecidos do Rio de Janeiro junto de seu irmão Caetano. Se a última década do século 19 foi marcada pela intensa repressão policial aos capoeiristas, Segreto realmente teve inúmeras passagens pela prisão até se tornar um homem de negócios respeitado e tentar apagar os registros desse passado “comprometedor”. “Quem foi Staffa”, em *Cinearte*, v. 2, n. 90, 16 nov. 1927, p. 31; “Os triunfadores: a história do milionário Staffa”, *A Noite*, 10 jul. 1925 (recorte do Arquivo Cinédia); Carlos Didier, *Orestes Barbosa: repórter, cronista e poeta*, Rio de Janeiro: Agir, 2005, pp. 33-41; Luiz Sérgio Dias, *Quem tem medo da Capoeira?*, Rio de Janeiro: AGRJ, 2001, p. 130; William de Souza Nunes Martins, *Paschoal Segreto: “Ministro das Diversões” do Rio de Janeiro (1883-1920)* (dissertação), UFRJ, 2004, pp. 20-21.

[63] Pedro Vinícius Lopera relatou essa mesma descrição de Staffa pela imprensa, em 1913,

Finalmente, o artigo traçava um perfil mundano e de visão de mundo extremamente acanhada para o empresário ítalo-brasileiro:

Bem sei que [Staffa] é conhecidíssimo no mundo limitado pelas ruas Chile, S. José, Santo Antonio e avenida Rio Branco, onde perdura o seu Cinema Parisiense: bem sei que é conhecido no Café Jeremias, onde toma o seu chocolate, a sua cerveja: bem sei que o é no charuteiro, onde saboreia o seu “Commericals”: bem sei que é conhecido nos restaurantes, onde mastiga os seus almoços; na Brahma, onde se refrigera no estio com os chopps bem gelados.⁶⁴

Ou seja, caracterizando Staffa como um ordinário negociante local, o artigo negava a ele a identidade de um verdadeiro distribuidor de filmes, que supostamente teria como marcas a proficiência no comércio internacional, o respeito dos colegas do ramo, e o cosmopolitismo expresso nas relações profissionais estabelecidas no meio cinematográfico europeu. O indisfarçado rancor e as acusações acentuadamente moralistas e elitistas sugerem a mão dos Ferrez por trás dos ataques:

[...] o sr. Staffa nunca esteve na Companhia Nordisk, nem na Dinamarca e nunca se correspondeu com ela e sim com Louis Aubert, que lhe fornece fitas obtidas da Nordisk, com exclusividade para alguns países, entre eles o Brasil, com os dizeres em português.

São essas fitas de fancaria [que visam apenas o lucro], de comércio, para exportação, que Aubert fornece ao sr. Staffa.

após uma discussão entre o exibidor e jovens estudantes da Faculdade de Direito na entrada do cinema Parisiense. Em protesto por terem sido barrados e verbalmente agredidos, os futuros doutores organizaram um “enterro simbólico” do exibidor em plena avenida Rio Branco. Embora Lopera não faça essa ligação, a virulência do ataque de alguns jornais à Staffa nesse episódio revela clara continuidade com os conflitos entre ele e a CCB travados desde o ano anterior. Pedro Vinicius Asterito Lopera, “A encenação da discórdia: consumo cinematográfico e a formação de uma cultura de classe média na Belle Époque carioca”, em *Tempo*, v. 24, n. 1, jan.-abr. 2018.

[64] O autor faz referência ao quarteirão onde era localizado o cinema Parisiense. O Café Jeremias ficava na avenida Rio Branco, 150, esquina com a rua São José. O bar da Brahma ficava na lateral da Galeria Cruzeiro, praticamente defronte ao Parisiense, na calçada oposta da avenida Rio Branco.

As fitas finas, quase sempre de encomenda, sobre folhetos remetidos, que todas as fábricas fazem, essas Aubert não tem, não as manda ao sr. Staffa.

Nas fábricas de Pathé, de Gaumont e outras e até nas próprias agências, o sr. Staffa não é recebido, como comerciante, por motivos que o sr. Staffa bem sabe. Pode ir como visitante: para negócio, não.

Já vê que, mesmo nesse terreno, que é aquele em que digladia e é perito, o prestígio do seu nome se limita a Louis Aubert, círculo ainda mais restrito do que o do Café Jeremias, Brahma, charuteiro & Comp. [...]

O sr. Staffa, como não pode obter filmes dos fornecedores da Companhia, os desdenha.⁶⁵

Ataques mútuos à parte, os processos judiciais movidos pela CCB prosseguiram. Por um lado, o processo de manutenção de posse das três cópias de *A dança da morte* foi interrompido em fins de 1912, uma vez que deixou de existir razão para o conflito: as cópias dos filmes de Asta Nielsen haviam sido restituídas à CCB já no dia seguinte à apreensão e, depois de exibidas, a companhia “vendeu-as para longes terras”. Portanto, não se justificava mais qualquer disputa pela posse das cópias, nem pelo direito de exibi-las.⁶⁶

Por outro lado, a CCB permaneceu entrando na justiça preventivamente, com mandados proibitórios, para assegurar a exibição, por exemplo, de filmes italianos da Ambrosio (também exclusividade de Staffa) e evitar novas apreensões policiais pelo proprietário do cinema Parisiense.⁶⁷

Já o processo envolvendo os filmes da Nordisk foi efetivamente julgado, com a sentença sendo proferida em 12 de dezembro de 1912. Os jornais deram versões diferentes para o encerramento do caso. Simpático ao proprietário do Parisiense, um jornal como *A Imprensa* afirmou que o juiz havia garantido à Staffa

[65] O camundongo, “A companhia cinematographica: o cinema parisiense”, em *Jornal do Commercio*, 3 out. 1912, p. 8.

[66] Juízo Federal – Primeira Vara. Manutenção de posse, 2098, Companhia Cinematográfica Brasileira versus Jácomo Rosário Staffa, 26 set. 1912, p. 80, SETARQ/NUGEBI/TRF2.

[67] Foram consultados os processos referentes, respectivamente, à exibição de *Uma tragédia no harém (Profeta encoberto) (Il profeta velato, 1912)*, no Pathé, e de *Parsifal* (dir. Mario Caserini, 1912), no Odeon. Juízo Federal – Primeira Vara. Mandado proibitório, 4104, Companhia Cinematográfica Brasileira versus Jácomo Rosário Staffa, 9 dez. 1912, SETARQ/NUGEBI/TRF2; Juízo Federal – Primeira Vara. Mandado proibitório, 4072, Companhia Cinematográfica Brasileira versus Jácomo Rosário Staffa, 23 dez. 1912, SETARQ/NUGEBI/TRF2.

o direito à exclusividade de exibição dos filmes da Nordisk em seu cinema e a possibilidade de apreender cópias que estivessem indevidamente com seus concorrentes.⁶⁸ Mas outros veículos, principalmente os que tinham a CCB como frequente anunciante, afirmaram que a sentença não conferiu “a nenhuma das partes direito exclusivo de exibição dos filmes da fábrica Nordisk, questão que não poderia resolver por se tratar de uma simples ação possessória”, tendo sido “interposta apelação para o egrégio Supremo Tribunal Federal”. Portanto, a CBC continuaria a exhibir fitas da Nordisk “com o direito que [...] decorre da aquisição que faz desses filmes em Paris, por intermédio dos seus agentes compradores”.⁶⁹

Mesmo sendo verdade que se tratava apenas de ação possessória, a companhia tentava disfarçar sua derrota. Afinal, a ação movida pela CCB contra Staffa foi julgada improcedente, cabendo à CCB arcar com as custas do processo. Segundo a sentença, a autora da ação não havia demonstrado estar investida do direito de exhibir os filmes dinamarqueses (teria apresentado apenas recibos das compras em Paris, que não ofereciam “os necessários caracteres de autenticidade”) e nem que o privilégio exclusivo conferido à Staffa pela Nordisk fosse arbitrário ou injusto, inclusive para coibir as exibições de tais fitas (figura 18). Ainda assim, o resultado dessa ação realmente não impediu que as tentativas de “furar” os concorrentes continuassem, por ambas as partes, assim como as disputas na justiça.⁷⁰

De qualquer modo, a briga em torno dos filmes da Nordisk repercutiu em jornais de todo o Brasil (e até do exterior), prosseguindo em novas frentes e revelando outras práticas que suscitavam atritos entre os distribuidores concorrentes. Na capital pernambucana, por exemplo, o representante da firma J. R. Staffa, Arlindo da Silva Moura, publicou o artigo “Os cinemas no Recife: logro e má fé”, no qual acusou a firma A. Girott & Cia, do Theatro Helvética, de exhibir o filme *O criado do amante*, produção julgada particularmente imoral, como se

[68] “A guerra dos cinematographos: Os films da Nordisk por quem podem ser exhibidos: o cinematographo Parisiense”, em *A Imprensa*, 14 dez. 1912, p. 1.

[69] “Os ‘films cinematográficos’: a decisão, do Juiz Federal”, em *O Século*, 14 dez. 1912, p. 2.

[70] “As [sic] ‘films’ de Nordisk”, em *A Província*, 1º jan. 1913, p. 5. Não tivemos acesso ao processo dos filmes da Nordisk, mas no que diz respeito ao filme *A dança da morte*, o advogado de Staffa fez referência à sentença anterior, em “causa idêntica, tratada entre as mesmas partes”, na qual confirmava o teor divulgado pela imprensa. Juízo Federal – Primeira Vara. Manutenção de posse, 2098, Companhia Cinematográfica Brasileira versus Jácomo Rosário Staffa, 26 set. 1912, pp. 79-80, SETARQ/NUGEBI/TRF2.

fosse da Nordisk, para aproveitar a fama da fábrica dinamarquesa cujos filmes eram alugados ao concorrente cinema Pathé de Recife. A marca da Nordisk (um urso cavalgando sobre o globo) teria sido, inclusive, emendada ao início e ao final do rolo para enganar ao público.⁷¹

No dia seguinte, Leon Jacob, representante da CCB em Recife, respondeu ao artigo afirmando que a companhia vinha escolhendo apenas filmes da Nordisk “menos imorais” e “suprimindo trechos” que pudessem provocar protestos do público. Sobre *O criado do amante*, afirmou que a culpa tinha sido de “um proprietário de cinema na Bahia” (provavelmente Ruben Guimarães) que havia adicionado o letreiro da Nordisk. Já o “escrupuloso e digno proprietário do Helvética”, ao ser avisado do erro, anunciou o filme “como de procedência dinamarquesa e nada mais”, embora seu projecionista tivesse se descuidado ao esquecer de suprimir aquele “malfadado trecho”. Revidando o ataque, o representante da CCB acusava a empresa Staffa de também ter anunciado o filme *Os morphinistas* como sendo da Nordisk, quando na verdade era uma produção da Monopole Film. Aconselhava, ao final, seguir o ditado: “não é bom falar de corda em casa de enforcado”.⁷²

O representante de Staffa respondeu a Jacob, dizendo que *Os morphinistas* havia sido corretamente divulgado pelo cinema Pathé como uma produção da Monopole Film.⁷³ Moura ironizava o concorrente, afirmando que a CCB podia realmente vender e alugar filmes da Nordisk, uma vez que “passados os 40 dias em que elas são de nossa exclusividade e, por consequência, novas, podem ser cedidas a quem as quiser”.⁷⁴

A petulância (e disposição para a briga) de Staffa devia realmente incomodar Serrador e seus sócios. O melhor exemplo disso estava no anúncio publicado pelo proprietário do Parisiense, no dia 2 de janeiro de 1913, que trazia dois

[71] Arlindo da Silva Moura, “Os cinemas no Recife: logro e má fé”, em *Jornal do Recife*, 15 jan. 1913, p. 4.

[72] Leon Jacob, “Resposta ao artigo Os cinemas do Recife: Logro e má fé”, em *Jornal do Recife*, 16 jan. 1913, p. 4.

[73] *Os morphinistas* talvez fosse o filme dinamarquês *Morfinisten* (dir. Louis von Kohl, 1911), produção da Det skandinavisk-russiske Handelshus, embora o nome da produtora se assemelhe aos da companhia alemã Hanewacker & Scheler Monopol Film e da companhia distribuidora americana Monopol Film, uma das primeiras a lançar os filmes longos europeus nos Estados Unidos.

[74] Arlindo da Silva Moura, “Os cinemas no Recife: logro e má-fé”, em *Jornal do Recife*, 17 jan. 1913, p. 2.

poemas de sua própria autoria, um dedicado ao povo carioca e outro ao povo paulista, referindo-se à recente disputa travada com a CCB.⁷⁵

O primeiro poema trazia versos como:

[...]

Da fábrica excelsa da linda Turim
de *Ambrosio* que filmes sabe fazer,
dou-te, ó povo, nas “Series d’Oro”
o que há de melhor em filmes para ver.

Da *Itala* querida por ti e por todos
Os filmes exhibo, cheios de valor.
Reais os seus dramas, lindas as vistas
vistas de praias e dramas de amor.

Urban Gad, Histrionic Film,⁷⁶
são fabricas finas que uso também.
Da bela *Asta Nielsen*, as obras-primas
exibio contente, por ti e teu bem.

É *Asta Nielsen*, o nome mais alto
que a arte cinema pode conceber,
pois bem... *Asta Nielsen* só pode ser vista
em nosso cinema. É ver para crer

Os “trusts” coitados! perderam a fé...
Não é que lhes falte desejo fugaz
de ter *Asta Nielsen* p’ra seu chamariz...
Porém a Justiça lhe deu para trás

[75] *Correio da Manhã*, 2 jan. 1913, p. 12.

[76] L’Histrionic Film foi a companhia criada especialmente para a coprodução internacional de *Rainha Elizabeth* (*Les amours de la Reine Elisabeth*, dir. Henri Desfontaines), estrelada pela célebre atriz teatral Sarah Bernhardt. Lançado com sucesso nos Estados Unidos pela Famous Players de Adolph Zukor, em meados de 1912, e na França, no início de 1913, o filme seria distribuído alguns meses depois no Brasil por Staffa.

Nós, entretanto, mal não lhe queremos
e às companhias “festas” nós damos
sessões sempre cheias e muito dinheiro,
p’ro “trust” e p’ra nós é o que auguramos

[...]

São filmes de arte, são filmes de amor
p’ra vê-los não há quem não se arrisque,
perdendo o amor ao rico dinheiro
correndo ligeiro p’ra ver a *Nordisk*

[...]

São preferidos, pois são muito lindos
os filmes *Nordisk* que o Parisiense
exibe sozinho, pois tem monopólio...
Foi uma questão... sempre ele vence.

[...]

Staffa, porém, não foi o único a desafiar Serrador e sua companhia. Se o proprietário do cinema Parisiense confrontou o truste armado dos apimentados dramas nórdicos e alemães, Angelino Stamile tentou enfrentar a companhia imitando-a. Logo em 8 de julho de 1912, ele esteve à frente da constituição da Companhia Internacional Cinematográfica (CIC), com capital de 2 mil contos de réis, divididos em 10 mil ações. Angelino Stamile era seu maior acionista – detinha quase 40% do total de ações – e também seu diretor-gerente, mesmo cargo que Francisco Serrador possuía na CBC. Na prática, a CIC era uma tentativa de enfrentamento do truste através da aliança de Stamile com pequenos exibidores e distribuidores do Rio de Janeiro e São Paulo.⁷⁷

Numa entrevista aos jornais, em setembro de 1912, ao responder à pergunta do repórter sobre qual tinha sido o objetivo de criação da nova empresa, Stamile respondeu citando o próprio estatuto da CIC que sinalizava intenções

[77] *Jornal do Commercio*, 10 jul. 1912, p. 3; J. I. M. Souza, *Imagens do passado: São Paulo e Rio de Janeiro nos primórdios do cinema*, São Paulo: Senac, pp. 318-320; *Diário Oficial do Estado de S. Paulo*, 23 jul. 1912, p. 2972.

idênticas às da CCB: “Para incorporar o maior número possível de cinematógrafos, para que da reunião de esforços combinados resultasse maiores vantagens comuns: adquirir a representação das fábricas de fitas europeias e americanas para uso exclusivo da companhia”.⁷⁸

Apesar da semelhança do empreendimento, a CIC também se colocava, da mesma forma que Staffa, como uma opção ao poderio da CCB, particularmente em defesa dos pequenos exibidores: “No momento em que uma verdadeira força invencível parecia dominar e avassalar todo o movimento cinematográfico, com forma de verdadeiro *trust*, surge esta companhia [...] auxiliando aqueles que necessitem [...] com *films* superiores, escolhidos, por modico preço, em aluguel ou em venda”.⁷⁹

Além do estoque do próprio Stamile, que vinha importando filmes havia quatro anos, a companhia era integrada por outras pequenas empresas distribuidoras do Rio e de São Paulo que exploravam estoques de cópias usadas, como Jatahy-Cinema, Gallina & Cia e Barbosa & Cia.⁸⁰ A representação exclusiva dos filmes da Biograph era o grande trunfo que Stamile trazia para a nova companhia, além de, aparentemente, ter retomado da CCB os direitos sobre a Vitagraph.⁸¹ Além dessas marcas, os anúncios da CIC anunciavam também filmes novos de outras nacionalidades (França, Itália, Áustria, Espanha, Portugal, Inglaterra e Alemanha), além das fitas americanas. Entretanto, eram listadas marcas menos importantes ou das quais a companhia certamente não tinha exclusividade.⁸²

Mais significativa era a abrangente rede de distribuição nacional que a CIC herdava principalmente de Stamile, com exibidores de diferentes regiões atuando como seus agentes: Virgílio Pinto (Pará), Guedes Pereira (Pernambuco), Alfredo

[78] Estatuto publicado no *Diário Oficial do Estado de S. Paulo*, 23 jul. 1912, p. 2972.

[79] *A Notícia*, 17 jul. 1912, p. 4.

[80] Empresas distribuidoras pertencentes, respectivamente, a Honório do Prado (sem cargo na diretoria, mas segundo maior acionista individual da CIC), Emilio Enrico Gallina (tesoureiro da CIC) e Antonio Teixeira Barbosa (inspetor da CIC).

[81] Como pode ser entendido em anúncio de *O comércio de São Paulo*, 19 maio 1912, p. 8, em V. P. Araújo, *Salões, circos e cinemas de São Paulo*, São Paulo: Perspectiva, p. 212.

[82] “Inglesas: Urban, Kineto, Lions Head, Clarendon, Hepworth; Italianas: Vesuvio Film, Unitas Lazium, Lucca Comerio, Theatralia Film, Roma Film etc. etc.; Francesas: Lux, Le Film D’Art, Radium, Eclipse, Raleigh Robert, Marcel, Nestor etc. etc.; Espanholas: Hispano Film e Ideal; Portuguesas: Luso Film; Austríacas: Danubio Film e Vienense Film; Alemãs: Mestres [sic], Konet, Pharos, Vitascope, Bioscope, Biograph-Berlim” (*A Notícia*, 18 jun. 1912, p. 4).

Maccaggi (Bahia), Francisco Brando (Paraná), Carlos Virgílio de Alencastro (Minas Gerais) e Isler Furtado & C. (Rio Grande do Sul). Eram concorrentes dos principais exibidores locais, anteriormente clientes da MF&F e, depois, da CBC.⁸³

Tendo como cinema lançador o Ouvidor, a CIC tinha um circuito de salas próprias no Rio de Janeiro, São Paulo, Petrópolis e Santos, mas composto, em sua quase totalidade, de cinemas de bairro. Isso foi, inclusive, percebido pelo repórter da mencionada reportagem, que indagou ao entrevistado: “Notamos, entretanto, que a Companhia Internacional Cinematográfica ainda não possui um cinema na avenida Rio Branco”. Stamile manteve o tom otimista apesar de reconhecer a fragilidade: “Mas tê-lo-á: para isso a sua direção envida todos os esforços. Não só na avenida Rio Branco pretende ela instalar um cinema luxuoso, mas também em todos os arrabaldes e subúrbios”.

Era evidente que a CIC tentava repetir os passos da CCB ao promover a associação de diferentes distribuidores e exibidores para a formação de um mais amplo circuito que permitisse um investimento maior na aquisição de direitos de filmes para estreia nas salas próprias no Sudeste e posterior distribuição para exibidores de outros estados. Entretanto, faltava à CIC o alto capital levantado pela CCB, uma vez que Serrador tinha conseguido atrair o dinheiro de poderosos empresários de outros setores da indústria e do comércio. Na CIC, o nome de maior vulto externo ao meio cinematográfico era o do primeiro presidente da companhia, o general Antonio Constantino Nery, engenheiro, ex-senador e ex-governador do Amazonas. De fato, Nery havia sido o principal responsável pelo dinheiro vivo injetado na companhia.⁸⁴

Mas tentar copiar os passos da CBC sem a mesma retaguarda financeira foi a maior falha da companhia de Stamile. Na segunda Assembleia Geral Extraordinária da CIC, realizada em 12 de novembro de 1912, foi apresentado um relatório da diretoria que indicava um lucro líquido, em três meses, de 124 contos de réis (bem inferior, portanto, ao da CCB e, antes dela, da MF&F), mas que poderia ter sido maior se não fosse a falta de dinheiro em caixa.⁸⁵ Afinal, percebendo

[83] *A notícia*, 18 jun. 1912, p. 4.

[84] Nery era o terceiro maior acionista da empresa, provavelmente tendo garantido 65% dos recursos em dinheiro da companhia, já que havia subscrito 715 ações a 200 mil réis cada, sem incorporar nenhum bem ou direito como os demais sócios do meio cinematográfico. *Diário Oficial do Estado de São Paulo*, 23 jul. 1912, p. 2974.

[85] *Diário Oficial da União*, 31 jan. 1913, p. 5.

as limitações de seu circuito exibidor, a CIC havia comprado, no Rio de Janeiro, os cinemas Excelsior (Catete), por 80 contos, o Brasileiro (Cidade Nova), por 25 contos, e, em Petrópolis, o cinema Rio Branco, por 38 contos de réis. Entretanto, a CIC já tinha sido constituída com um limitado capital de giro: de seu capital social total, 1.780:000\$000 réis consistiam em bens e direitos de seus acionistas e apenas 220:000\$000 em dinheiro. Desse modo, a compra de novos cinemas deixou a companhia com ainda menos recursos em caixa.⁸⁶

As consequências negativas da excessiva imobilização do capital foram aprofundadas no relatório:

É sabido por todo mundo que conhece a cinematografia que o segredo de seus grandes lucros está precisamente na renovação dos seus programas semanalmente com fitas dos melhores fabricantes, não tendo esta companhia a menor dificuldade em as possuir; mas vê-se esta diretoria na contingência de não ter uma fita nova para a renovação de seus programas destinados não só aos quinze cinematógrafos, como aos cento e sessenta fregueses que conta na sua clientela e mais as agências do Rio Grande, Bahia, Pará e Belo Horizonte, por falta absoluta de numerário para direitos de alfândega; sem falarmos nas fitas americanas dos fabricantes de exclusividades contratadas com a companhia, que se acham na alfândega, no valor aproximado de 80:000 (oitenta contos de réis), tem ainda no correio cerca de sessenta volumes de fitas de grande metragem que não são retiradas por falta de dinheiro e que, entretanto, postas em circulação, representariam grande acréscimo de rendas.⁸⁷

Como confirmado por documentação preservada no National Archives dos Estados Unidos, as “fitas americanas dos fabricantes de exclusividade” da CIC presas na alfândega incluíam rolos de filmes da Biograph, importados por Stamille através da Raymond & Copland Co. Eles vinham se amontoando no depósito alfandegário, por falta de pagamento, desde fevereiro de 1912, logo após o aumento dos impostos. O acúmulo de multas pelo armazenamento tornava as taxas impagáveis.⁸⁸

[86] A situação deve ter piorado ainda mais com o incêndio que destruiu o cine Brasileiro, localizado na rua Marechal Floriano, menos de um mês depois, em 8 de dezembro de 1912.

[87] *Diário Oficial da União*, 31 jan. 1913, p. 5.

[88] Carta de F. E. Hadley, vice-presidente da Copland-Raymond Co, para p. C. Knox,

A falta de recursos para arcar com os elevados impostos alfandegários que permitissem liberar os filmes importados afetava, ainda, o pagamento de aluguéis, salários e outras despesas correntes da companhia, limitando não apenas a aquisição das fitas, como também sua necessária propaganda. Esse elemento, que se tornaria cada vez mais destacado para a distribuição de filmes, já era descrito no relatório da diretoria da CIC como crucial para o sucesso dos negócios. Argumentava-se que a fama da produção da Nordisk, por exemplo, não era decorrente apenas do “assunto e boa confecção de suas fitas, pois muitas outras há de igual e melhor engenho, mas o reclame bombástico e espalhafatoso pela imprensa”.⁸⁹ De fato, a filial carioca da CCB, por exemplo, gastava aproximadamente 13 contos de réis por mês com anúncios nos jornais cariocas da programação de seus três cinemas lançadores na capital.⁹⁰ Staffa, certamente, tinha despesas parecidas com os anúncios do cinema Parisiense.

O relatório da CIC, ao final, afirmava a necessidade imperiosa da companhia contrair um empréstimo de 200 contos de réis ou mais. Todos os diretores renunciaram ao cargo, sendo realizada eleição, após a qual foi dada à nova diretoria autorização para efetuar todas as ações necessárias.⁹¹ O resultado, porém,

Secretário de Estado, Nova York, 11 fev. 1913; General Records (1914-1955). Record group 151; file class 281. National Archives at College Park, College Park, MD. Agradeço a Pedro Butcher pelo compartilhamento desse documento.

[89] *Diário Oficial da União*, 31 jan. 1913, p. 5.

[90] As despesas com anúncios das três salas da avenida Rio Branco eram oito vezes maiores do que os mesmos gastos da CCB com as suas outras três salas em Niterói, Juiz de Fora e Belo Horizonte (e igualmente superiores aos gastos com as salas paulistas), o que evidencia a importância da publicidade nos jornais para as salas lançadoras e o provável maior custo dos anúncios em periódicos da capital federal. A despesa com anúncios era superior à do salário dos funcionários e inferior apenas às despesas com aluguel de filmes e com o pagamento dos músicos. A julgar por um documento sobre as contas a pagar em fevereiro de 1915, referentes ao mês anterior, a maior parte da despesa com anúncios da filial carioca da CCB era destinada ao jornal *Correio da Manhã*, seguido pela *Gazeta de Notícias* e *O Imparcial*, e com valores um pouco menores, *A Noite* e *A Rua*. Realmente, não eram comuns anúncios dos cinemas da CCB em jornais como *O Paiz* ou *Jornal do Brasil*, ausentes desse documento. Ver Ricardo Figueiredo, *Despesa dos cinemas no segundo semestre de 1913*, *Balancetes*, 3 fev. 1914. FF:FMF 2.2.2.5.3.18, AN; *Contas a pagar em 16 de fevereiro, s.d.*, FF:FMF 2.2.2.5.2.5, AN.

[91] Devido a conflitos em nova assembleia extraordinária, realizada dois dias depois, os estatutos foram reformulados, com a extinção dos cargos de diretor-secretário, inspetor e subgerentes, sendo feita nova eleição, em terceira assembleia, de 27 de dezembro de 1912. Entretanto, os honorários do presidente e de três diretores (para os quais foram eleitos, respectivamente,

era previsível. Dali a um ano a Companhia Internacional Cinematográfica decretou falência.

O advento do “filme extra”

Como já apontado, desde 1911 se tornaram cada vez mais frequentes os lançamentos no Brasil de filmes mais longos e caros. A tendência prosseguiu no ano seguinte, quando foi lançado pela CCB, por exemplo, *Os miseráveis* (*Les misérables*, dir. Albert Capellani, 1912), adaptação da Pathé Frères para a conhecida obra de Victor Hugo. A produção francesa tinha 2.800 metros e foi dividida em quatro partes devido a sua longa extensão. As duas primeiras partes foram exibidas em programas separados, e as duas últimas apenas uma semana depois, novamente em sessões diferentes.⁹²

Entretanto, uma mudança mais significativa no mercado cinematográfico brasileiro ocorreu com o sucesso obtido, alguns meses depois, com outro filme distribuído pela CCB: o épico histórico *Quo Vadis?* (dir. Enrico Guazzoni, 1913), produção italiana da Cines. No Rio de Janeiro, *Quo Vadis?* foi exibido para imprensa e convidados no dia 27 de março de 1913, estreando dia 1º de abril, nas duas salas do Odeon e também no cinema Avenida, sendo projetado, diariamente, do meio-dia à meia-noite. O filme foi anunciado como um “espetáculo grandioso de hora e meia de duração”, apresentando supostos 3.893 metros de extensão – um evidente exagero publicitário.⁹³

Julio Pedroso de Lima, Angelino Stamile, Manoel Fins Freixo e Eugenio Marçal) foram aumentados no novo estatuto de 1 para 2 contos de réis mensais. O presidente Lima, porém, declarou que todos os diretores decidiram “abrir mão cada um deles de quinhentos mil réis mensais sobre seus ordenados até que fosse distribuído o primeiro vencimento”, referindo-se ao pagamento de dividendos aos acionistas (*Diário Oficial da União*, 31 jan. 1913, pp. 6-8)

[92] Os anúncios no Brasil faziam confusões com a metragem de *Os miseráveis* e a divisão de partes – as duas primeiras com 1.400 metros, as duas últimas com outros 1.400 metros – chegando a anunciá-lo com até 5 mil metros de extensão. Segundo Sandberg, *Os miseráveis* teria 3.400 metros de extensão (Mark B. Sandberg, “Multiple-reel/feature films: Europe”, em Richard Abel (org.), *Encyclopedia of Early Cinema*, Londres e Nova York: Routledge, 2005, p. 650).

[93] Segundo Ivo Blom e Jean-Jacques Meusy, *Quo Vadis?* teria 2.250 metros de extensão, aproximadamente 120 minutos de projeção. A duração de 3.893 metros, mais que exagero publicitário, talvez ajudasse a justificar preços mais altos para a locação de *Quo Vadis?*, já que o valor do aluguel era baseado na extensão do filme em metros. Em outras cidades brasileiras,

Devido a sua longa extensão, cada sessão do filme equivalia a dois programas normais, mas diferentemente de *Os miseráveis*, ele foi “exibido de uma só vez”.⁹⁴ Isso justificou a então incomum elevação do preço dos ingressos para 2\$000 em quase todas as capitais brasileiras onde ele estreou. A recepção de críticos sobre *Quo Vadis?*, em diversos jornais, foi exultante: “É, fora de dúvida, um espetáculo sensacional, comovente e instrutivo; e poucas vezes essa arte (porque o cinematógrafo já é uma arte) é tão intensamente verdadeira. Passam-se duas horas e o espectador não se dá por isso. O tempo voa com a mesma rapidez da sucessão das cenas”.⁹⁵

Em São Paulo, o filme também estreou em três cópias, sendo exibido para imprensa no dia 4 de abril, e estreando no dia 9 nos cinemas Íris, Bijou e Radium, onde ficou em cartaz até o dia 17. No Rio de Janeiro, após a estreia com três cópias nos cinemas lançadores, *Quo Vadis?* fez o circuito com apenas duas cópias. A partir de 7 de abril, elas foram alugadas para diversos exibidores, em média, a 100\$000 réis por cada dia de exibição – valor vinte vezes superior, portanto, aos 5\$000 por dia anunciados para outros filmes pela CCB, um ano antes.⁹⁶ Até o final de maio, as duas cópias de *Quo Vadis?* proporcionaram renda superior a 10 contos de réis à CCB ao serem exibidos em mais de vinte cinemas no Rio de Janeiro e em Niterói.⁹⁷

Após os lançamentos no Rio e em São Paulo, uma cópia foi enviada para Recife, onde estreou no cinema Pathé, em 21 de abril, com ingressos a 2\$000 réis

inclusive, foram anunciadas metragens diferentes, como 3.000, 3.600 metros e até 5.000 metros. Fora do Rio de Janeiro, o filme foi quase sempre exibido em duas sessões diárias de 120 minutos de duração cada, levando-nos a crer que nos cinemas da avenida Rio Branco a cópia foi projetada numa velocidade mais acelerada para caber em sessões de apenas 90 minutos. Ver I. Blom, “Italy”, em Richard Abel (org.), *Encyclopedia of Early Cinema*, Londres e Nova York: Routledge, 2005, p. 486; J. J. Meusy, *Paris-Palace ou le temps du cinéma (1894-1918)*, Paris: CNRS Éditions, 2002, p. 253.

[94] *O Paiz*, 3 abr. 1913, p. 20.

[95] *O Paiz*, 28 mar. 1913, p. 4.

[96] “Aluga-se a 5\$000 por dia os importantes filmes *Rosa encarnada* e *Assassino de uma alma*, da Pasquali, *O esquife de vidro*, da Éclair. Os pedidos podem ser feitos desde já à Cia. Cinematográfica Brasileira”, dizia o anúncio da CCB um ano antes do lançamento de *Quo Vadis?* Ver *Quo Vadis* (de 7 a 30 de Abril de 1913), FMF: FMF 2.2.2.5.3.7, AN; *O Comércio de São Paulo*, 20 mar. 1912, p. 7, em V. P. Araújo, *Salões, circos e cinemas de São Paulo*, São Paulo: Perspectiva, 1981, p. 209.

[97] *Quo Vadis* (de 7 a 30 de Abril de 1913), FMF: FMF 2.2.2.5.3.7, AN.

vendidos com antecedência, para sessões com duração de 110 minutos.⁹⁸ As duas cópias exibidas no circuito carioca entre abril e maio foram alugadas, em junho, para o exibidor e distribuidor gaúcho Francisco Damasceno Ferreira, durante sessenta dias, por 4 contos de réis, permitindo a estreia do filme em Porto Alegre nos cinemas Ideal e Avenida, mas dividido em “duas séries”, lançadas consecutivamente.⁹⁹ Provavelmente essas cópias seguiram para cidades como Florianópolis e Curitiba, onde *Quo Vadis?* foi lançado entre agosto e setembro. Antes disso, ainda em junho, uma cópia foi enviada para o Norte do Brasil, estreando em Manaus no teatro Polytheama – onde as primeiras sessões foram anunciadas com 150 minutos de duração e o ingresso mais barato a 5\$000 –, e seguindo depois para São Luís do Maranhão.¹⁰⁰ Em diferentes regiões, os exibidores anunciavam ter adquirido os direitos para exibição exclusiva do filme em seus territórios, no que teria sido o primeiro exemplo de filme amplamente alugado “por porcentagem” (isto é, através da divisão da renda da bilheteria), segundo depoimento a Adhemar Gonzaga de Gustavo Zieglitz, então funcionário da matriz paulista da CCB, que viajou com a cópia do filme acertando essas exhibições.

A exibição de *Quo Vadis?* em Salvador foi lembrada por Sílio Boccanera Júnior em seu livro originalmente publicado em 1919, sendo um dos poucos filmes citados nessa obra:

Em meados de 1913, vindo à Bahia o presidente da Companhia Cinematográfica Brasileira, com o filme – *Quo Vadis* – e feita a proposta para a exibição, era por tal forma elevado o preço, que o proprietário do [cinema] Ideal foi forçado a exibi-lo, primeiramente, no [teatro] Politeama Baiano, sendo ali projetado quatro dias seguidos, com bastante concorrência, e ao depois, no Ideal, onde, relativamente, deu melhor resultado mercantil.

Esse filme custou de aluguel 10:000\$000, sendo a Bahia a única cidade do Brasil onde menor lucro auferiu uma empresa de cinema.¹⁰¹

Quo Vadis? foi um marco não apenas pela sua longa extensão, mas por estabelecer um novo modelo de exibição: uma produção de grande metragem

[98] *Diário de Pernambuco*, 21 abr. 1913, p. 1.

[99] *A Federação*, 8 jun. 1913, p. 5.

[100] *Jornal do Commercio*, Manaus, 25 jun. 1913, p. 8.

[101] Sílio Boccanera Júnior, *Os cinemas da Bahia: 1897-1918*, 2 ed., Salvador: Edufba, 2007, p. 73.

exibida em uma única sessão, lançada com exclusividade nas melhores salas a preços mais elevados. Em suas exibições, o filme foi cercado de enorme publicidade e grande repercussão na imprensa, através de resenhas críticas assinadas por jornalistas, cujos elogios foram até mesmo incluídos nos anúncios, o que consistia numa novidade.¹⁰²

Mas *Quo Vadis?* também se destacou por seguir um novo modelo de distribuição, o do “filme extra”. Isto é, aquele filme que por suas qualidades extraordinárias era negociado individualmente e por fora dos tradicionais contratos de fornecimento regular de programas completos pelas fábricas estrangeiras. Anúncios no jornal *O Estado de S. Paulo* destacaram os altos preços que *Quo Vadis?* teria custado no mercado internacional, mas apenas uma matéria no amazonense *Jornal do Commercio* ousou informar que o valor da “enorme soma” paga pela CCB – a Alberto Sestini, agente da Cines – teria sido de 200 contos de réis.¹⁰³ Embora não tenhamos conhecimento do preço exato pago pela CCB pelo filme, diante dos dados levantados podemos afirmar que o valor de 200 contos era, certamente, outro exagero de caráter publicitário, mas ainda sim indicativo de seu alto custo.

Enquanto nos Estados Unidos filmes como *Quo Vadis?* foram exibidos em teatros maiores e mais confortáveis do que a maior parte das salas de cinema existentes no país, no Brasil, a distribuição do épico histórico da Cines confirmava a importância dos cinemas lançadores na estratégia da CCB, particularmente as três salas na capital federal. Os cinemas Pathé, Odeon e Avenida eram cruciais não apenas pela sua alta rentabilidade – muito superior à de outros cinemas –, mas também pelo prestígio que conferiam aos lançamentos da companhia para sua locação em circuito. Além disso, o filme extra implicava num modelo de exibição associado a salas amplas e luxuosas que atraíssem plateias dispostas a pagar ingressos mais caros e cujo conforto permitisse aos espectadores desfrutarem da projeção por longas duas horas. Diante disso, era evidente que a CBC não podia abrir mão de nenhum dos seus três cinemas da avenida Rio Branco.

Como visto, a compra do cinema Pathé pela CCB, em maio de 1912, fora efetuada por um valor muito mais baixo do que o Odeon e o Avenida pelo contrato

[102] Exibido em pré-estreia para a imprensa recifense, um anúncio da CCB no dia da estreia na capital pernambucana reproduziu as críticas positivas publicadas nos principais jornais locais, tal como já havia ocorrido no Rio de Janeiro (*A Província*, 21 abr. 1913, p. 3).

[103] *Jornal do Commercio*, Manaus, 25 jun. 1913, p. 8.

de locação do imóvel estar próximo do encerramento. De fato, ele havia sido assinado em 1907, com duração de cinco anos e encerramento em 31 de agosto de 1912. O dono do prédio nos números 147-149 da avenida Rio Branco, onde o cinema tinha sido instalado no andar térreo, era o coronel Gustavo José de Mattos, dono de inúmeros terrenos na região onde a avenida Central foi aberta.¹⁰⁴ Antes da venda do Pathé, Mattos não quis renovar o aluguel do imóvel de maneira alguma, apesar das “ofertas valiosas” feitas por Arnaldo Gomes de Souza. A ele deve ter cabido parte dos 80 contos pagos pela CCB pelo cinema, mas Arnaldo ficou de fora da companhia que seu antigo sócio Marc Ferrez ingressou.¹⁰⁵

Após a aquisição do Pathé, a CCB também fez “elevadas propostas” para manutenção do imóvel, mas Mattos queria explorá-lo ele mesmo. Porém, a CCB conseguiu um mandado na 1ª Vara Cível para manter-se no prédio contra a vontade do proprietário, apelando depois ao Supremo Tribunal Federal, “tendo como testa de ferro o sr. Marc Ferrez”, que teria alegado “não ter sido intimado em tempo, para ciência da terminação do contrato”. Como a sede da companhia era em São Paulo, houve um conflito de jurisdição, mas o Supremo Tribunal Federal estabeleceu o caso como competência da justiça local. Para evitar o prolongamento do caso na justiça, Mattos assinou um acordão com Marc Ferrez em 8 de janeiro de 1913¹⁰⁶, mas para sua surpresa, a CCB recorreu da decisão do Supremo, que havia entrado em recesso de férias, “artimanha” que garantiu a permanência do cinema mais alguns meses no prédio, embora às custas da inimizade com Gustavo José de Mattos. Em setembro de 1913, com o caso finalmente de volta à 1ª Vara Cível, a manutenção de posse do prédio foi julgada improcedente, mas Marc Ferrez apelou novamente, ganhando ainda mais tempo.¹⁰⁷

[104] Gustavo José de Mattos (1857-1930) era negociante de madeira, dono de serraria e proprietário de inúmeros imóveis também na cidade de Niterói, onde explorou salas de cinema, como o Éden e o Colyseu, construídas em seus próprios terrenos. Atualmente, no número 147 da avenida Rio Branco, onde ficava o cinema Pathé, está localizado um prédio de 21 andares com o nome “Edifício Gustavo José de Mattos”. R. L. Freire, *Cinematographo em Nictheroy: história das salas de cinema de Niterói*, Niterói: Niterói Livros, 2012.

[105] “Dos tempos de Bertini à geração de Greta Garbo”, em *Cinearte*, v. 9, n. 402, 1 nov. 1934, p. 27.

[106] Certidão do acórdão feito entre o apelante, Gustavo José de Matos, e o apelado, Marc Ferrez. Rio de Janeiro, 8 jan. 1913. FF:FMF.2.1.2, AN. Não pudemos acessar diretamente este documento, apenas a descrição feita na base de dados do fundo Família Ferrez.

[107] Gustavo José de Mattos, “Eu e a Companhia Cinematográfica Brasileira”, em *Jornal do Commercio*, 1 fev. 1913, p. 2; “Cinema Pathé – o caso da manutenção”, em *O Paiz*, 10 set. 1913, p. 5.

De fato, devido à proximidade do fim do contrato do imóvel onde ficava o cinema Pathé, já em 18 julho de 1912, a CCB fez um contrato de aluguel, com duração de dez anos, do espaço térreo de outro edifício de três pavimentos para a instalação de uma nova sala de exibição na avenida Rio Branco.¹⁰⁸ Anúncios da CCB nesse ano divulgaram a construção dessa nova sala de exibição que se chamaria cinema Brasil.¹⁰⁹

Entretanto, as protelações judiciais usadas pela CCB realmente garantiram à companhia mais tempo para a instalação do novo cinema. Apenas em 15 de novembro de 1913, a CCB abriu essa nova sala, mas com o velho nome, do qual não abriram mão. O “novo cinema Pathé” era localizado no lado mais nobre da avenida Rio Branco. Instalado no número 116, foi, naquele momento, o único cinema em funcionamento na calçada onde fazia sombra à tarde, cujos aluguéis eram mais caros por ser o lado preferido pelas senhoras.¹¹⁰ Com supostos 700 lugares, anúncios chegaram a exageradamente divulgar a nova sala de cinema como “a maior da América do Sul” – era certamente maior do que o Avenida e o Odeon.¹¹¹ Inegavelmente, tratava-se de um dos mais luxuosos cinemas do Rio de Janeiro, quiçá do Brasil.¹¹²

Como pode-se ler no Relatório da CCB de 1914, “durante o ano [de 1913] instalamos o luxuoso Cinema Pathé, na Avenida Central, do Rio de Janeiro, com o qual dispendemos Rs 149:601\$680, e que pagamos dentro do exercício findo”.¹¹³ A imprensa, porém, alardeou gastos ainda superiores, de 400 contos

[108] Escripura de contrato de arrendamento de prédio à avenida Rio Branco, 106, que faz o Doutor Raymundo de Castro Maya [...] à Companhia Cinematographica Brasileira, 18 jul. 1912, FF-FMF: 6.1.1.2.1, AN.

[109] *O Estado de S. Paulo*, 25 ago. 1912, p. 1.

[110] Ver nota 32, capítulo 2, *supra*.

[111] *Correio da Manhã*, 21 nov. 1913, p. 12. Talvez esse número tenha sido exagerado pela imprensa, pois aparentemente o segundo cinema Pathé tinha cerca de 500 lugares.

[112] Embora o Pathé não seja reconhecido como um “palácio de cinema”, sua instalação coincidiu com a construção dos primeiros *movie palaces* nos Estados Unidos. Além da dimensão bem mais modesta, outra diferença era que o cinema carioca se adaptou a um prédio existente, não se tratando de uma construção especialmente feita para essa finalidade. Por outro lado, sua localização na avenida Rio Branco era o elemento fundamental para o prestígio do estabelecimento.

[113] “Companhia Cinematographica Brasileira”, em *Relatorio da Directoria para ser apresentado em Assembléa Geral a realizar-se em 29 de setembro de 1914*, São Paulo: Typ Cardozo Filho & Comp, 1912, p. 4, FF-FMF 2.2.1.4.2, AN.

de réis, com a nova sala.¹¹⁴ Uma reportagem explicou a situação mais claramente: “A Companhia Cinematográfica Brasileira, tendo de fazer a entrega do prédio onde, por muito tempo, funcionou o Cinema Pathé, resolveu instalar essa casa de diversões em outro prédio da Avenida Rio Branco”.¹¹⁵ O “antigo” Pathé fechou alguns dias depois da abertura do “novo” Pathé e o prédio foi finalmente entregue para Gustavo José de Mattos, proprietário do imóvel, que deu início a reformas.¹¹⁶

A inauguração do novo cinema Pathé ocorreu com a estreia de mais um caríssimo épico histórico italiano da Cines, *Cleopatra* (*Marcantonio e Cleopatra*, dir. Enrico Guazzoni, 1913), lançado com três cópias, ocupando, além do Pathé, também as duas salas do Odeon. Diferentemente de *Quo Vadis?*, o negócio com o filme extra *Cleopatra* não teria sido tão lucrativo, o que sinalizou mudanças advindas de disputas por marcas que se acirraram ao longo de 1913. Na verdade, estavam em curso modificações mais profundas no mercado cinematográfico no Brasil e no exterior, relacionadas com o fenômeno dos filmes extras.

Mas o que era o filme extra exatamente? Apesar de sua maior duração, o filme extra (ou filme extraordinário) não equivalia exatamente ao longa-metragem de 90 a 120 minutos que se tornaria a unidade comercial básica e o formato hegemônico da indústria cinematográfica. O filme extra refere-se àquilo que, nos Estados Unidos, era chamado de *feature*, consistindo, conforme Michael Quinn, não apenas numa tendência na produção de filmes mais longos, mas também em novos modelos de distribuição e exibição.¹¹⁷ Como Jules Blum, o agente da Éclair no Brasil, argumentara no ano anterior, esses “grandes filmes” não equivaliam apenas a “grandes metragens”.

De fato, os filmes extras consistiam em filmes de múltiplos rolos, mais extensos do que os anteriores, que ainda se enquadravam na metragem

[114] *A Noite*, 17 nov. 1913, p. 4.

[115] *Jornal do Commercio*, 16 nov. 1913, p. 6.

[116] Em carta a Luciano Ferrez, os diretores da CCB explicavam: “Quanto ao velho Pathé, estamos tratando de entregá-lo ao Coronel, às boas e legalmente, retirando de lá nossa instalação que também estamos tratando de vender por não ser de nenhuma utilidade para nós”. Carta sem remetente a Luciano Ferrez, São Paulo, 28 nov. 1913. FF:FMF 2.2.2.5.1.12, AN.

[117] Michael Quinn, “Distribution, the Transient Audience, and the Transition to the Feature Film”, em *Cinema Journal*, v. 40, n. 2, 2001, p. 36. Ver também: M. J. Quinn, *Early Film Distribution and the Development of the Motion Picture Industry: Famous Players and Paramount, 1912-1921* (tese), University of Wisconsin, 1998.

tradicional de até um rolo, isto é, cerca de 300 metros e, aproximadamente, 15 minutos de projeção. Por outro lado, Mark Sandberg definiu os filmes extras como filmes de múltiplos rolos exibidos numa única sessão – o que distinguiria, por exemplo, *Quo Vadis?* de *Os miseráveis*.¹¹⁸ Sandberg também indicou que essas produções eram, em geral, filmes de ficção baseadas em fatos históricos ou obras literárias, numa tentativa de dotar o cinema de maior prestígio. Consensualmente, os filmes extras eram caracterizados pelos seus maiores valores de produção (enormes cenários, multidões de figurantes, acurada reconstituição histórica, adaptação de histórias consagradas) e, conseqüentemente, custos bem mais elevados. Os filmes extras, tal como os *features* nos Estados Unidos, se definiam discursivamente pela sua excepcionalidade, por serem diferentes dos demais filmes.¹¹⁹

Da mesma forma que os *features*, o termo filme extra se refere, ainda, a um novo sistema de distribuição que trouxe mudanças radicais para a comercialização de filmes na década de 1910. Para entender essas mudanças, é importante resumir as características básicas do mercado cinematográfico que o filme extra, supostamente, alterou.

Até a década de 1910, alguns países tinham mercados cinematográficos mais abertos e outros mais fechados. Um exemplo de mercado fechado era a França, onde até 1907 a Pathé Frères tentou estabelecer um virtual monopólio através de um sistema verticalizado que incluía a produção, distribuição e exibição, tendo o filme curto como norma. Já nos Estados Unidos, o fechamento do mercado foi resultado do processo de cartelização estabelecido pela Motion Pictures Patents Company (MPPC) através do controle de patentes, a partir de 1909. A MPPC buscou consolidar o monopólio na distribuição de filmes por meio da General Film Company (GFC), criada em 1910, que alugava programas completos de filmes curtos e variados através de contratos com os exibidores, controlando e padronizando esse serviço. Tanto na França quanto nos Estados Unidos, o fechamento do mercado implicou em maior estabilidade nos preços.¹²⁰

[118] Mark B. Sandberg, "Multiple-reel/feature films:Europe", em Richard Abel (org.), *Encyclopedia of Early Cinema*, Londres e Nova York: Routledge, 2005, pp. 648-649.

[119] M. J. Quinn, "Distribution, the Transient Audience, and the Transition to the Feature Film", em *Cinema Journal*, v. 40, n. 2, 2001, p. 38.

[120] I. Blom, *Jean Desmet and the Early Dutch Film Trade*, Amsterdã: Amsterdam University Press, 2003, pp. 27-29; Ben Brewster, "Periodization of Early Cinema", em Charlie Keil e Shelley Stamp (orgs.), *American Cinema's Transitional Era: Audiences, Institutions, Practices*,

Por outro lado, países como a Inglaterra e Alemanha teriam mercados mais abertos, onde as companhias produtoras, ou seus agentes, vendiam os filmes, livre e diretamente, a um ou mais distribuidores interessados. Dessa forma, qualquer exibidor que não conseguisse alugar a cópia de um filme com um importador poderia apelar para outro que tivesse mais cópias, ou simplesmente escolher um título diferente. Essa livre concorrência resultou numa acirrada competição entre as salas de cinema, acarretando o rebaixamento do preço dos ingressos diante das dificuldades de se estabelecerem outras formas de diferenciação. Desse modo, o preço que os exibidores pagavam pelas cópias aos distribuidores também caiu. Os filmes estrangeiros, sobretudo franceses e americanos, chegavam a Alemanha e Inglaterra por preços baixos após explorarem seus vastos mercados domésticos, tornando difícil a competição através da produção local, que diminuiu radicalmente.¹²¹

No Brasil, podemos afirmar que foi desenvolvido um mercado mais fechado desde 1907, a partir do modelo dos representantes exclusivos, inaugurado pela MF&F, únicos agentes da Pathé Frères para todo o Brasil. Além da qualidade da produção francesa, os preços mais baixos e o ineditismo dos filmes importados em primeira mão pelos Ferrez dificultaram a concorrência à MF&F. A fábrica francesa enviava os filmes para seus agentes brasileiros semanas antes deles estarem disponíveis para os concorrentes, conferindo uma importante vantagem para seus representantes. Isso colaborou para a estabilidade dos preços para a primeira locação de filmes novos, mantidos em 1\$000 pelo metro do filme durante os primeiros anos das salas fixas. O preço dos ingressos dos principais cinemas das capitais, por sua vez, também permaneceu estável, no mesmo valor de 1\$000 réis por entrada, tendo como público-alvo dos principais exibidores as classes médias urbanas. Assim como a MF&F, seus principais concorrentes atuavam tanto na exibição quanto na distribuição. Além disso, tanto os agentes quanto os exibidores-distribuidores seguiram a mesma

Berkeley: University of California Press, 2004, pp. 68-70. Os filmes dos produtores chamados Independentes, que se opunham a MPPC, passaram a ser distribuídos pela Motion Pictures Distributing and Sales Company (Sales), criada em 1911, que adotou práticas semelhantes à GFC, com quem dividiu o mercado.

[121] I. Blom, *Jean Desmet and the Early Dutch Film Trade*, Amsterdã: Amsterdam University Press, 2003, pp. 29-33; B. Brewster, "Periodization of Early Cinema", em C. Keil e S. Stamp (orgs.), *American Cinema's Transitional Era: Audiences, Institutions, Practices*, Berkeley: University of California Press, 2004 pp. 66-68.

estratégia de obtenção de direitos de representação exclusiva no Brasil, mas para outras marcas francesas, italianas, americanas ou dinamarquesas.

Diferentemente da Alemanha ou Inglaterra, a produção local se ampliou no Rio de Janeiro, entre 1908 e 1911, justamente como uma estratégia de concorrência com a importação de filmes estrangeiros. Isso permitiu, inclusive, a produção de filmes mais longos, com dois e até três rolos de extensão, como *Os estranguladores* (1908), *A viúva alegre* (1909) e *Paz e amor* (1910), quando isso ainda era incomum em outros países.

Quando a concorrência tanto de filmes novos quanto de cópias usadas se ampliou, por volta de 1910, de modo a baixar os preços anteriormente estáveis, novos fatores colaboraram para manter o mercado brasileiro fechado e reforçar a distinção entre as salas lançadoras e as salas de linha: o aumento dos impostos de importação de filmes e a criação do truste da Companhia Cinematográfica Brasileira. Enquanto no Rio de Janeiro a vigorosa produção local, principalmente ficcional, diminuiu sensivelmente a partir de 1911, devido à maior oferta de produções estrangeiras – estas cada vez mais longas e caras – e também ao domínio das salas lançadoras cariocas pela CCB, na Alemanha, por exemplo, a produção local se expandiu justamente nesse mesmo momento, num movimento inverso ao visto na capital brasileira.

Portanto, as mudanças trazidas pelo modelo de distribuição do filme extra tiveram impactos distintos no Brasil em relação a outros países. Na Europa, esse modelo recebeu diferentes denominações, como “filme exclusivo” (*exclusive* na Inglaterra) ou “filme de monopólio” (*Monopolfilm* na Alemanha). Esse modelo era baseado na aquisição pelos distribuidores dos direitos exclusivos para exploração de um filme em um determinado território (um estado ou país) e por um certo espaço de tempo (um ou mais anos). Dentro desse território, o distribuidor podia conceder a exclusividade de exibição do filme para uma única sala de cinema de uma certa localidade (por exemplo, uma cidade), que o exibiria sem concorrentes diretos por um período de tempo estipulado. Essa prática focava em produções mais longas e caras, tendo permitido o aumento dos preços tanto para o distribuidor quanto para o exibidor e ainda para os espectadores.

Nos contextos dos mercados livres na Europa, Ivo Blom descreveu as diversas consequências positivas trazidas pelo advento do filme exclusivo:

Os distribuidores podiam aumentar sua publicidade, pagar mais pelos filmes e gastar menos tempo perseguindo seus concorrentes. Os exibidores recebiam a

garantia de que não haveria mais concorrência desleal de rivais que lançariam o mesmo filme ao mesmo tempo. [...] A exclusividade acabou com a crise da indústria e do comércio cinematográfico provocada pela venda de cópias usadas e pelo livre mercado, dando uma injeção de ânimo no comércio e na indústria.¹²²

Nos Estados Unidos, a ascensão dos *features* se deu, inicialmente, com a comercialização dos mais longos filmes europeus, principalmente italianos, através do mais trabalhoso e individualizado formato de exibição itinerante (*roadshow*).¹²³ Entretanto, o mais frequente modo de distribuição dos *features* foi por meio do modelo da “distribuição por exclusividade regional”¹²⁴ (*state rights’ system*), no qual os direitos de exploração do filme em diferentes territórios eram vendidos para uma pessoa ou empresa. Além de exclusividade, esse sistema garantia um território maior e uma vida mais longa para a exploração do filme, que podia receber mais atenção e publicidade. Nos Estados Unidos, o sistema foi usado para “abrir o mercado” como uma alternativa ao serviço de fornecimento do “programa de variedades” (descrito no capítulo anterior), atraindo os proprietários de teatros mais amplos e luxuosos para a exibição de filmes a ingressos mais caros do que nos *nickelodeons*. Entre 1912 e 1913, novas companhias como a Warner Features e, principalmente, a Famous Players (futura Paramount) deram início ao fornecimento regular de *features* produzidos nos Estados Unidos com o objetivo de padronizar a distribuição e programação desses filmes mais longos no mercado.¹²⁵

Se o filme extra seria o equivalente ao “filme exclusivo”, seus desdobramentos no mercado brasileiro foram significativamente diferentes daqueles

[122] I. Blom, *Jean Desmet and the Early Dutch Film Trade*, Amsterdã: Amsterdam University Press, 2003, p. 145. Tradução do inglês.

[123] No modelo itinerante ou *roadshow*, cada sala de exibição era alugada individualmente para a exibição do filme através da divisão de bilheteria. Esse método permitia grande investimento publicitário para cada exibição, tornada particularmente especial por sua exclusividade, mas era muito lento para a distribuição em escala nacional (M. J. Quinn, *Early Film Distribution and the Development of the Motion Picture Industry: Famous Players and Paramount* (tese), University of Wisconsin, 1998, pp. 113-114).

[124] Tradução de Pedro Butcher, que fez uma descrição mais detalhada desse processo em curso no mercado cinematográfico dos Estados Unidos. Ver Pedro Butcher, *Hollywood e o mercado de cinema brasileiro: princípio(s) de uma hegemonia* (tese), UFF, 2019, pp. 61-72.

[125] Richard Abel, *Americanizing the Movies and “Movie-Mad” Audiences: 1910-1914*, Berkeley: University of California Press, 2006, pp. 22-23, pp. 39-40.

identificados, por exemplo, na Europa. Afinal, tal como acontecia no Brasil, Ivo Blom observou que, “como um sistema, ele não era completamente novo, uma vez que já vinha sendo possível para importadores adquirirem os direitos exclusivos sobre a venda e aluguel de todos os filmes de uma determinada companhia produtora desde muito cedo”.¹²⁶ Entretanto, o aspecto “revolucionário” do filme exclusivo, na visão de Blom, seria a possibilidade de delegar essa exclusividade para uma única sala de cinema numa determinada cidade, ampliando o fosso entre cinemas que estreavam os filmes e outros que os exibiam nas semanas seguintes.¹²⁷ Também nesse sentido, o “filme de exclusividade” não foi uma revolução no Brasil.

Afinal, o fato de o mercado brasileiro ser mais fechado, tendo se desenvolvido através, principalmente, do sistema de representações exclusivas de fábricas estrangeiras por exibidores-distribuidores, motivou, já num primeiro momento, o estabelecimento de “cinemas lançadores” e de uma acentuada diferenciação entre os cinemas que estreavam os filmes e outros que os exibiam em seguida. Portanto, o fosso entre diferentes salas que Blom afirmou ter se ampliado com o “filme de exclusividade” já era comum nas principais capitais brasileiras. Sócia do cinema Pathé que, desde a sua inauguração, em 1907, era sala lançadora dos filmes da Pathé Frères no Rio de Janeiro, a MF&F desenvolveu muito cedo, em comparação com outros países, o que ficou conhecido em português como “exibição em linha”. Além disso, o zoneamento (*zoning*), com a concessão de exclusividade a algumas salas cariocas para a estreia de toda a produção de outras marcas na região da avenida Central, tornou-se particularmente comum entre 1910 e 1911.

O sistema de “distribuição por exclusividade regional”, explorado na distribuição dos *features* nos Estados Unidos, não era, tampouco, outra novidade no Brasil, e consistia exatamente no que a MF&F realizava desde 1908, a partir da contratação de seus primeiros agentes regionais em São Paulo, Rio Grande do Sul e no Norte do Brasil. Ainda que esses contratos garantissem os direitos para comercialização dos programas semanais de novidades Pathé e não para um único filme longo, o sistema de representantes regionais, implementado

[126] I. Blom, *Jean Desmet and the Early Dutch Film Trade*, Amsterdã: Amsterdam University Press, 2003, p. 144.

[127] I. Blom, *Jean Desmet and the Early Dutch Film Trade*, Amsterdã: Amsterdam University Press, 2003, pp. 144-145.

pelos Ferrez, tinha a mesma função de garantir a exclusividade ao seu representante e ampliar o alcance territorial, no Brasil, da distribuição dos filmes importados da França.

Por fim, a popularização dos “filmes extras” se deu num momento em que o mercado brasileiro tinha se fechado ainda mais, a partir de 1912, com o estabelecimento do truste da CCB. Afinal, a companhia criada por Francisco Serrador e à qual a MF&F foi incorporada não apenas estabeleceu um virtual monopólio sobre a distribuição dos principais fabricantes estrangeiros, como formou um circuito próprio de salas lançadoras na região Sudeste, aliando o domínio da distribuição ao da exibição no mercado mais rico do país.

Desse modo, a negociação individual por cada filme extra, impulsionada, sobretudo, pelas companhias produtoras italianas, foi uma ferramenta que acirrou a concorrência no mercado de distribuição brasileiro, dominado em seus primeiros anos pelo cinema francês. O que o filme extra representou mais efetivamente no Brasil foi uma fenda no já tradicional sistema de representação exclusiva de toda a produção de uma companhia, uma vez que esses “grandes filmes” passaram a ser negociados individualmente por fora dos contratos.

Referindo-se ao contexto do cinema americano, Eileen Bowser escreveu que “a distribuição diferenciada dos *features* em grandes teatros marcou o início de fissuras no sistema existente”.¹²⁸ Embora a configuração do mercado cinematográfico no Brasil fosse notadamente diferente daquele dos Estados Unidos, aqui também a distribuição dos filmes extras causou fissuras no sistema existente.

As fissuras causadas pelo filme extra podem ser observadas de forma privilegiada, justamente entre abril e novembro de 1913, período entre o grande lançamento de *Quo Vadis?* e os alegados maus resultados de *Cleopatra*, em correspondência de Marc Ferrez para seu filho Julio. Escrevendo de Paris para a sucursal carioca da CCB, as cartas do patriarca da família Ferrez são especialmente reveladoras das mudanças e disputas em curso no mercado de distribuição de filmes no Brasil e no mundo.

[128] Eileen Bowser, *The Transformation of Cinema, 1907–1915*, Nova York: Charles Scribner's Sons, 1990, p. 192.

Disputas, exclusividades e especulações segundo Marc Ferrez

Como sempre ocorria em momentos de crises ou de negociações que exigiam o recurso aos contatos pessoais, em 17 de abril de 1913, Marc Ferrez embarcou com sua esposa Marie para a Europa, onde o patriarca trataria dos contratos com os fabricantes europeus junto de Nevière e Levy, agentes da CCB em Paris.¹²⁹

Na capital francesa, Marc Ferrez se dedicou, principalmente, à renovação da representação da Pathé Frères e às negociações para que a CCB fechasse contratos de exclusividade diretamente com as fábricas que tinham representantes no Brasil. O objetivo da CCB era prescindir da intermediação dos agentes como Blum, Sestini ou Lebre, que ameaçavam se tornar concorrentes. Discutindo mudanças implicadas pela nova tendência dos filmes longos, os “filmes extras” eram um tema frequente das correspondências de Marc a Julio – Luciano, seu outro filho, posteriormente se juntou ao pai em Paris, tendo viajado por motivos de saúde.¹³⁰ Em diversas cartas, Marc descrevia como *Quo Vadis?* tinha se tornado medida de comparação e modelo de sucesso a ser perseguido: “Os fabricantes italianos Pasquali, Cines e Gloria todos querem o sucesso de *Quo Vadis?* e não querem mais fazer contrato para toda sua produção. Eles querem fazer contrato de sua produção habitual de 300, 500 e 600 metros, o resto eles consideram extra, com preço a discutir”.¹³¹

Ainda assim, no início de julho, Marc relatava que o contrato de representação da fábrica italiana Ambrosio com a CCB, intermediado por Henri Levy, estava praticamente finalizado. Aparentemente, ele foi assinado antes do final daquele mês, consolidando a tomada da representação anteriormente pertencente a Staffa e que fora motivo de disputas judiciais entre ele e a CCB.¹³² Mas

[129] I. P. Ceron, *Marc Ferrez: uma cronologia da vida e obra*, São Paulo: Instituto Moreira Salles, 2019, p. 131.

[130] A correspondência pessoal de Marc era manuscrita em francês e a documentação se encontra bastante fragilizada, com diversos trechos ou cartas inteiras ilegíveis. Nesse sentido, a indicação do dia e mês dessas cartas enviadas no segundo semestre de 1913 não é totalmente segura. Inicialmente, as cartas de Marc eram destinadas aos seus dois filhos, mas conforme Luciano se juntou a ele em Paris, por volta de agosto de 1913, elas passaram a ser dirigidas exclusivamente para Julio, no Rio de Janeiro.

[131] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 2 ago. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

[132] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 4 jul. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN; carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 25 jul. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

esse contrato de representação tinha deixado de fora os “filmes extras”, incluindo a aguardada refilmagem de *Os últimos dias de Pompeia*, lançado cinco anos antes pela mesma Ambrosio. O estúdio italiano vinha produzindo uma nova versão em segredo, mas seus planos foram ameaçados pela concorrência das fábricas italianas Gloria e Pasquali, que iniciaram rapidamente a produção de filmes sobre o mesmo tema: a cidade destruída pelo vulcão Vesúvio na época do Império Romano. Em maio de 1913, quando Marc Ferrez comentou sobre o filme com os filhos, os planos da Ambrosio já eram públicos.¹³³ Em meio à negociação do contrato com a fábrica italiana, Marc especulava que a nova versão de *Os últimos dias de Pompeia* custaria algo como 2 francos por metro para cinco cópias de 2 mil metros (portanto, 20 mil francos). Sobre isso, ele comentava: “*c’est très cher!*” (é muito caro!). Afinal, Marc completava, outras marcas vendiam filmes longos por 1,50 francos o metro. Ainda assim, os diretores da CCB em São Paulo já haviam pedido que Henri Levy encomendasse cinco cópias do filme para o Brasil.¹³⁴

Marc havia comentado, porém, que o filme da Ambrosio, ainda em filmagem e apenas com o roteiro acessível, já fora comprado por “1 milhão” por uma companhia de Chicago – certamente se referindo ao distribuidor americano George Kleine, que havia distribuído *Quo Vadis?* nos Estados Unidos e também distribuiria *Os últimos dias de Pompeia*.¹³⁵ Se tratava, na prática, de um adiantamento de renda pelo distribuidor americano para o financiamento da produção italiana. Conforme Gian Piero Brunetta, o contrato milionário entre Klein e Ambrosio se referia à produção de quatro filmes.¹³⁶ Essa informação é confirmada por Ferrez, em correspondência na qual dizia que a companhia americana havia comprado por 250 mil francos a exclusividade sobre *Os últimos dias de Pompeia* para distribuição em todo o mundo, com exceção da Itália, que permanecera com a Ambrosio. Marc avisava ainda que ele teria uma reunião no escritório da companhia americana, em Paris, para saber como comercializariam

[133] Claudia Gianetto e Giorgio Bertellini, “The Giant Ambrosio, or Italy’s Most Prolific Silent Film Company”, em *Film History*, v. 12, n. 3, 2000, p. 246 e p. 249.

[134] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 23 maio 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

[135] Eileen Bowser cita contrato assinado entre Kleine e Ambrosio em 20 de junho de 1913 (E. Bowser, *The Transformation of Cinema, 1907–1915*, Nova York: Charles Scribner’s Sons, 1990, p. 210).

[136] Gian Piero Brunetta, “No Place Like Rome: The Early Years of Italian Cinema”, em *Artforum*, v. 28, n. 10, 1990.

o filme mundialmente, mas revelava aos filhos: “Tenho medo que essa empresa americana conquiste as outras fábricas”.¹³⁷

Em carta de 10 de julho, Marc relatava ter ido ao escritório da tal “companhia americana”, onde o diretor da Ambrosio, também presente, solicitou que fossem dadas as melhores condições possíveis para a exploração do filme no Brasil pela CCB, por ela ser representante da fábrica italiana. Mas as condições iniciais foram mais caras do que Marc havia imaginado: 40 mil francos por quatro cópias de 2.000 metros (portanto, 5 francos o metro), enquanto as cópias suplementares saíam por apenas 60 centavos o metro. Marc falava aos filhos que se o preço baixasse para 30 mil francos, ele fecharia o negócio, já que havia outros compradores interessados (como Louis Aubert), inclusive na aquisição de direitos para toda a América do Sul. Dizia ainda: “Nesse momento, os americanos com sua audácia e dinheiro invadem a França”, indicando a tendência de aquisição de grandes filmes europeus para distribuição internacional por empresários dos Estados Unidos.¹³⁸

Posteriormente, ao explicar aos filhos por que eles não deveriam fechar outros contratos com as fábricas italianas que, cada vez mais frequentemente, negociavam os filmes extras por fora das representações, Marc citava um artifício que já teria sido usado, inclusive, pela Ambrosio com *Os últimos dias de Pompeia*:

Você faz um contrato com alguma companhia italiana ou alemã para toda sua produção. Essa fábrica tem 80 contratos parecidos, mas o que elas fazem? Elas vendem os negativos de um bom filme a alguma pessoa ou a um Photodrama qualquer,¹³⁹ que vende pelo preço que eles querem a exclusividade para cada país e você não pode nada. Eles dizem: nós fizemos esse filme sob encomenda de tal ou qual companhia! E a farsa está montada.¹⁴⁰

Ou seja, na visão de Marc Ferrez havia um conluio entre os fabricantes italianos e distribuidores como Kleine para que os filmes extras fossem

[137] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 4 jul. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

[138] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 10 jul. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN; carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 20 out. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN.

[139] Photodrama Producing Company of Italy foi a companhia criada por George Kleine em 1913. Uma carta posterior de Marc dá a entender que a CCB também teria comprado *Quo Vadis?* diretamente da Photodrama de Kleine.

[140] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 2 ago. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

negociados por fora dos contratos de representação e a preços excepcionais, quando não extorsivos. Além disso, como diferentes fabricantes produziam filmes sobre os mesmos assuntos históricos ao mesmo tempo (sobre Pompeia, Napoleão ou Cleópatra, por exemplo), era difícil saber qual seria o melhor filme.¹⁴¹ Ainda assim, apesar dos protestos de Marc Ferrez, a CCB efetivamente adquiriu os direitos exclusivos de *Os últimos dias de Pompeia*, pagando o preço exigido de 40 mil francos (cerca de 25 contos de réis). Para fins de comparação, os direitos de exclusividade desse filme extra custaram quase o mesmo valor que a CCB pagava por mês para a Pathé Frères por uma metragem cinco vezes maior do que a das quatro cópias de *Os últimos dias de Pompeia*.¹⁴²

Enquanto fechava a representação da Ambrosio e negociava individualmente a aquisição de filmes extras italianos, Marc também comentou sobre a renovação do contrato com a Pathé Frères em sua correspondência, entre maio e junho de 1913. Talvez pelo sucesso crescente da produção italiana, Marc havia solicitado, em nome da CCB, a redução da metragem mínima de compra semanal da companhia francesa. Isso levou a uma revisão do acordo firmado no ano anterior: a compra semanal mínima passou a ser de quatro coleções que totalizassem 10.000 metros, pelo preço de 1,10 francos (com exceção dos filmes de Max Linder). O que ultrapassasse esse volume mínimo seria faturado por 1 franco o metro.¹⁴³ Meses depois, um novo acordo: no caso de as compras médias semanais ultrapassarem 10.000 metros de filmes (com exceção dos cinejornais), a Pathé Frères daria um estorno de 10 centavos por metro relativo a todos os filmes comprados por 1,10 franco, retornando assim ao preço de 1 franco por metro.¹⁴⁴ Como Luciano Ferrez esclareceu posteriormente, o que a Pathé Frères desejava era simplesmente garantir o pagamento de, no mínimo, 12.500 francos por semana (cerca de 50 mil francos por mês) pelo seu representante no Brasil.

Uma particularidade do contrato com a Pathé Frères era que ele abarcava todos os filmes produzidos ou distribuídos pela fábrica francesa, inclusive os “grandes filmes de longa-metragem”, como Marc eventualmente os descrevia. Aliás, em sua negociação com a Gaumont, Marc argumentara que a Pathé

[141] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 22 jul. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

[142] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 2 ago. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

[143] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 26 maio 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

[144] Copie de lettre des Etablissements Pathé Frères (Vincennes) du 29 juillet 1913 à Messieurs Marc Ferrez & Fils, FF:FMF 2.0.1.13.22, AN.

também fazia filmes longos sem aumentar o preço, tentando obter o mesmo acordo. Mas a resposta da Gaumont, segundo Marc, teria sido: “Pathé é Pathé. Ela pode. Nós não podemos”.¹⁴⁵

Diante dessas vantagens, Marc criticava a ideia sugerida por Julio de passar o contrato com a Pathé para a CCB, afirmando que a companhia francesa não ofereceria para a empresa brasileira as mesmas condições que fazia para eles, mas aumentaria os preços e exigiria um depósito de 100 mil francos. As condições especiais que conseguiram com a fábrica teriam sido fruto, em grande parte, da amizade pessoal entre Marc e Charles Pathé. Além disso, lembrava que se houvesse alguma divergência deles com a CCB, os Ferrez ficariam sem nada caso cedessem o contrato para a companhia criada por Serrador.

As vantagens oferecidas pelo contrato com a Pathé Frères seriam retomadas em várias cartas de Marc, possivelmente em reação às reclamações dos filhos e dos diretores da CCB sobre a má qualidade de alguns dos programas franceses e da crescente concorrência com os grandes filmes italianos e dinamarqueses. Marc afirmava que Julio citava os bons filmes de outras companhias, mas que obter 1.300 metros de bons filmes era fácil. No entanto, para escolher 2.500 metros, semanalmente, como era designado pelo contrato deles com o estúdio francês, Marc dizia que eles teriam mais filmes ruins com as outras fábricas do que com a Pathé, defendendo a excelência do padrão de qualidade da companhia francesa.¹⁴⁶

Além de negociar a renovação da Pathé e a representação da Ambrosio, Marc Ferrez também se dedicou a obter a representação da Gaumont que, até então, tinha Lebre como seu agente no Brasil. A negociação evoluiu lentamente, uma vez que o presidente da empresa, o atarefado sr. Léon Gaumont, estava sempre fora da França, viajando entre Nova York e Londres, sendo difícil encontrá-lo em Paris para fechar negócio. Um contrato prévio teria sido assinado entre Charles Fevre – espécie de supervisor da Gaumont para a América Latina – e a diretoria da CCB em São Paulo, mas a companhia teria exigido uma revisão. O principal ponto a ser discutido dizia respeito, justamente, aos “filmes extras”: se eles fariam parte ou não da metragem mensal que a CCB se comprometeria a comprar.

Inicialmente, o contrato estipulava que os “filmes sensacionais”, como Marc eventualmente os chamava, fariam parte dos 24 mil metros mensais, mas que custariam 15 centavos a mais que a produção regular, com o preço de 1,40

[145] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 6 jun. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

[146] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 6 jun. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

francos o metro para o mínimo de cinco cópias. A divergência se dava em relação ao 2º artigo do contrato que estabelecería um limite de doze filmes extras por ano – uma forma de evitar que toda a produção passasse a ser considerada extraordinária e cobrada mais cara.¹⁴⁷

Numa longa carta, Marc descreveu a resolução do negócio. Após muitas conversas prévias com Charles Febvre e Henri Fournet (responsável na Gaumont pelas agências), ele foi finalmente apresentado no dia 20 de julho ao próprio León Gaumont, encontrando-o, no dia seguinte, numa sessão no Hippodrome (Gaumont Palace), o enorme cinema da companhia em Paris, considerado o maior da Europa. Enquanto o “*grand chef*” lhe mostrava o gigantesco palácio cinematográfico durante um intervalo do espetáculo, Marc conseguiu o agendamento da reunião para discutir o contrato. No dia 22, às 11h, em reunião na sede da companhia francesa, da qual participaram também Nevière, Febvre e Fournet, Marc se reuniu com sr. Gaumont e todos os artigos do contrato foram discutidos e aprovados um a um, exceto o 2º artigo, que tratava dos filmes extras. A discussão específica sobre ele durou uma hora. O sr. Gaumont estava muito contrariado com o contrato que Febvre assinara em São Paulo, pois este previa uma metragem mínima considerada pequena e os filmes sensacionais pelo mesmo preço do restante da produção. Inicialmente, Gaumont exigia a inclusão de 24 filmes extras por ano, com cinco cópias cada um. Marc negociou para dezoito filmes extras com apenas quatro cópias. Ao final, chegaram a um meio termo e o contrato estabeleceu a importação pela CCB de 18.800 metros de filmes da Gaumont por mês, pelo preço de 1,25 francos o metro, dos quais 86.400 metros por ano (7.200 metros por mês, pouco mais de um terço do total) seriam de filmes sensacionais pelo preço mais alto de 1,40 francos. Sem filme algum a ser negociado por fora dos programas, o contrato com a Gaumont, como o da Pathé, não traria “surpresas”. Ao final da reunião, ao meio-dia, o presidente da companhia francesa teria lhe dito: “Senhor Ferrez, esteja contente. Você atingiu seu objetivo. Você possui as duas principais marcas do mundo”, referindo-a à Gaumont e Pathé. Segundo Ferrez, Leon Gaumont também desgostava de filmes mais extensos que 900 metros e os fazia contra sua vontade, motivado apenas pela concorrência e, sobretudo, por exigência do mercado de Londres, onde estava sua principal clientela.¹⁴⁸

[147] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 19 jul. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

[148] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 24 e 26 jul. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN.

A CCB tinha conseguido seu objetivo de prescindir de intermediários, tirando de Lebre a representação da Gaumont que ele tinha mantido por quatro anos. Marc dizia ser preciso avisar o agente no Rio de Janeiro que seu contrato não seria renovado, prevendo que ele ficaria furioso e tentaria alguma retaliação, como enviar os filmes atrasados para a CCB, uma vez que ainda demorariam várias semanas até a companhia passar a receber diretamente de Paris os novos programas.¹⁴⁹ Marc contava que Febvre tinha ajudado muito na negociação com a Gaumont, tendo falado com o chefe sobre o estado do mercado carioca e defendido ser melhor ter uma empresa (a CCB) do que um particular (Lebre) como representante no Brasil.¹⁵⁰

Incentivado pela direção da CCB a obter a representação direta de outras marcas, Marc também relatou em suas cartas as negociações para outras fábricas, sobretudo as de seu concorrente Staffa. Por outro lado, contava que Nevrière, agente da CCB em Paris, havia recebido uma carta de Staffa reclamando que outros dois filmes da Nordisk haviam sido exibidos em Pernambuco, pela CCB, antes dele, através de cópias “avulsas” compradas por Henri Levy de um terceiro. Algumas semanas depois, Marc relatou seu encontro com o distribuidor francês Louis Aubert, que lhe mostrou três telegramas recentes de Staffa, seu cliente, se queixando novamente de a CCB ter exibido filmes da Nordisk antes dele (não apenas em Pernambuco, mas também em São Paulo e Bahia).

As reclamações de Staffa também chegavam, obviamente, à Nordisk. A companhia encarregou seu representante em Barcelona, J. B. Turull Fournols, de verificar pessoalmente a situação com o cliente da Nordisk em Lisboa, de onde teriam sido enviadas cópias “avulsas” com letreiros em português. Segundo Fournols, os filmes novos dinamarqueses não eram repassados pelo cliente português ao Brasil. Por outro lado, relatava a existência de contrabando de cópias da Nordisk em Portugal, porém apenas de “filmes antigos que vem quase todos da Alemanha e talvez sejam enviados diretamente ao Brasil via Lisboa”.¹⁵¹

[149] Os filmes da Gaumont só começaram a ser enviados diretamente para CCB em outubro de 1913. Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 19 jul. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

[150] Após assinar o contrato, a CCB também passou a comercializar os equipamentos da Gaumont além dos filmes. No ano seguinte, Febvre viajou ao Rio de Janeiro e se hospedou na casa de Marc Ferrez em Botafogo. Segundo Luciano, ele já trabalhava há seis anos com a Gaumont na América Latina, tendo atuado em Cuba, Colômbia, Equador, Chile, Argentina e México. Carta de Luciano a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 17 jul. 1914, FF:JF 2.1.1.1, AN. Tradução do francês.

[151] Carta de Nordisk Film Co. a Louis Aubert, Copenhague, 26 jul. 1913. Correspondência

De fato, Marc relatava aos filhos que essas cópias dos filmes da Nordisk eram adquiridas por Levy, que ganhava comissão pela transação, sendo enviadas através de Portugal. Marc, contudo, reprovava essa ação e recomendava deixar os filmes dinamarqueses com Staffa para evitar inimizade com Aubert, que era muito conhecido em Paris. Lembrava que eles poderiam, eventualmente, precisar da ajuda do distribuidor francês, por exemplo, na tentativa de obtenção do contrato com a Cines, fábrica italiana da qual ele era o representante na França, Bélgica e Holanda.¹⁵²

Em relação aos filmes alemães estrelados por Asta Nielsen, também desejados pela CCB, Marc informava que Staffa tinha contrato diretamente com a companhia alemã (a *Internationale Film-Vertriebs-Gesellschaft*) e não por intermédio de Aubert, como era o caso com a Nordisk. O concessionário dos filmes de Asta Nielsen na França seria Paul Pigeard – diretor comercial da Pathé na Alemanha¹⁵³ – e Marc veria a possibilidade de, através dele, o acordo com Staffa ser cancelado e os direitos no Brasil passarem para a CCB.¹⁵⁴ Entretanto, Marc informaria posteriormente que isso não seria possível, pois Staffa havia fechado recentemente a representação e a companhia alemã não rescindia o contrato sem motivos.¹⁵⁵ Como consolo, Marc afirmava que a série Asta Nielsen era vendida a Staffa por altos preços (1,50 ou 1,75 francos o metro), sendo melhor deixá-los com o concorrente.

Comentando frequentemente a grande especulação com o preço dos novos grandes filmes em Paris, Marc afirmava ser melhor para a CCB deixar Staffa comprando os filmes dinamarqueses e alemães, já que ele era “extorquido” à vontade por Aubert, que lhe cobraria verdadeiras fortunas. O exibidor brasileiro “era o melhor cliente” do agente francês, ironizava.¹⁵⁶ Marc explicava aos filhos as vantagens do negócio de Aubert, que comprava os direitos de um

Nordisk, II-26, Danish Film Institute. Documento gentilmente cedido por Isak Thorsen.

[152] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 25 jul. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN; Meusy, *Paris-Palace*, p. 266.

[153] Em suas cartas, Marc escrevia seu nome como Pijard ou Pejard. Agradeço a Priska Morrissey e Frank Kessler pela ajuda a identificá-lo como Paul Pigeard. Durante a guerra, Marc reencontrou Pigeard em Paris, em 1915, como um dos diretores encarregados do dia a dia da fábrica francesa enquanto Charles Pathé permanecia no exterior.

[154] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 10 jul. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN; carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 19 jul. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

[155] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 24 e 26 jul. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

[156] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 24 e 26 jul. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do

filme extra por 10, 15 ou mesmo 30 mil francos. Em seguida, ele vendia os direitos para o Brasil por 15 ou 20 mil francos e os direitos da Bélgica por 10 ou 15 mil francos. Assim, ele ficava com os direitos para a França a custo nenhum ou mesmo com algum lucro.¹⁵⁷

Conforme demonstrado pela correspondência do fundo Família Ferrez, a prática de “furar” o concorrente, tal como a CCB vinha fazendo com Staffa, era algo do qual Marc Ferrez passou a discordar mais abertamente. Ele relatava, por exemplo, que o próprio Serrador havia enviado um telegrama a Levy pedindo que o agente conseguisse para a CCB uma cópia do filme italiano *In hoc signo vinces* (dir. Nino Oxilia, 1913), produção da Savoia cujos direitos no Brasil eram de Jules Blum. Marc dizia aos filhos não recomendar essa prática, que considerava errada e causava má impressão, certamente preocupado com a reputação que ele havia construído no mercado internacional de distribuição.¹⁵⁸

As formas utilizadas por Levy para “conseguir” um filme certamente se relacionavam com uma rede internacional de contrabando (o que não era excepcional para o cinema desse período), que também envolvia o nome de Onofrio Mazza, tal como no caso de *A dança da morte*. Afinal, em 1913, um processo judicial em Londres investigou o caso de um negativo “pirata” (isto é, tirado de uma cópia positiva) do filme *Cleopatra* que foi duplicado num laboratório londrino, no dia 7 de novembro, sem o conhecimento de Guido Serra, detentor da exclusividade no Reino Unido para essa produção italiana da Cines. O réu do processo era um certo sr. Baldoli, que teria encomendado ao laboratório seis cópias de *Cleopatra* para serem enviadas para Paris, onde ele vivia. Dizendo ignorar se tratar de uma obra cujos direitos pertenciam a terceiros, Baldoli declarou, sob juramento, que as cópias haviam sido feitas a pedido de Mazza, com quem ele tinha negócios na capital francesa, e que teriam como destino final o Brasil.¹⁵⁹

francês. De fato, Aubert vendia mais cópias da Nordisk para Staffa, no Brasil, do que para a Argentina, por exemplo.

[157] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 2 ago. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

[158] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 2 ago. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN.

[159] O caso aparentemente não avançou, uma vez que não teria havido infração à exclusividade de exibição do filme na Inglaterra. Entretanto, as cópias não seriam contrabandeadas apenas ao Brasil. Afinal, em 4 de novembro de 1913, Mazza escreveu para o distribuidor holandês Jean Desmet lhe oferecendo também uma “cópia nova” de *Cleopatra*, pelo preço fixo de 5 mil francos e sem intertítulos, a ser entregue diretamente em Amsterdã em dez dias – certamente o tempo necessário para o filme ser duplicado na Inglaterra. Segundo Ivo Blom, essa produção

Não é possível ter certeza sobre quem encomendara as cópias para Mazza, mas a copiagem no laboratório inglês teria ocorrido poucos dias antes da estreia de *Cleopatra* no Rio de Janeiro, na inauguração do novo cinema Pathé. Portanto, se tratava de uma tentativa de “furar” a CCB, pelo menos fora da capital federal, por algum de seus concorrentes.

Diante de ameaças como essas, Marc foi incumbido de averiguar a possibilidade de incluir cartelas com a palavra “exclusivo”, em português, no canto das películas importadas da Pathé Frères. Entretanto, era inviável para uma companhia do porte da francesa imprimir diretamente essa palavra apenas nas cópias destinadas ao mercado brasileiro. Assim, foram encomendados 500 metros de película, enviados ao Brasil, com cartelas contendo os tais dizeres para serem emendadas ao final ou início das cópias da CCB.¹⁶⁰

Nesse sentido, ficava cada vez mais clara a discordância de Marc em relação aos diretores da CCB quando escrevia aos filhos que Serrador e Bittencourt eram invejosos, pois queriam ter cópias de todos os filmes de seus concorrentes, além de excessivamente ambiciosos por desejarem obter representação exclusiva de todas as fábricas europeias. Marc teceu esses comentários, por exemplo, a propósito de um telegrama enviado de São Paulo para Levy pedindo que o agente comprasse uma cópia do filme *Atlantis* (dir. August Blom, 1913), superprodução da Nordisk inspirada na tragédia com o navio Titanic. Marc teria impedido a compra, uma vez que ele já tinha visto e recusado o filme que, em sua opinião, seria muito ruim e longuíssimo. Além disso, com 3.600 metros a 1,50 francos o metro – e mais a comissão de Levy e as despesas de transporte –, custaria uma fortuna ter uma cópia de um filme que Staffa também possuiria. Segundo Marc, Levy não se preocupava se o filme era bom ou ruim, pois ele não o assistia, apenas atendia ao pedido de compra e o enviava. Apontando a contradição de a CCB agir para evitar que seus concorrentes obtivessem cópias dos filmes da Pathé ou Gaumont, enquanto fazia de

italiana da Cines era uma exclusividade na Holanda do distribuidor Nöggerath. Uma anotação na carta pelo próprio Desmet dá a entender que ele enviou um telegrama a Mazza aceitando a oferta. Ou seja, Mazza também teria sido usado por Desmet para “furar” seu principal concorrente na Holanda. “Important case under the Copyright Act.”, em *The Kinematograph and Lantern Weekly*, 4 dez. 1913, p. 89. Ver carta de Onofrio Mazza a Jean Desmet, Roma, 4 nov. 1913, MMFMA01-PM-005573, Jean Desmet papers, Eye Filmmuseum; I. Blom, *Jean Desmet and the Early Dutch Film Trade*, Amsterdã: Amsterdam University Press, 2003, p. 231.

[160] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 19 jul. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

tudo para conseguir cópias da Nordisk, Marc afirmava que “se oporia sempre a esse modo de agir”, aconselhando Julio a tentar persuadir os diretores da CCB a não mais fazerem isso.¹⁶¹ Em outra carta, Marc dizia: “Aqui [em Paris] os concessionários de uma ou mais marcas [...] não buscam ter outras marcas através de intrigas e nem roubar do próximo e todos vivem”.¹⁶² De um modo geral, a crescente insatisfação de Marc com os diretores de São Paulo se devia à interferência deles nos negócios de importação e distribuição sob responsabilidade de sua família.

De qualquer forma, apesar dos insistentes pedidos dos diretores de São Paulo, Marc não conseguiu tomar a Nordisk de Staffa. O exibidor-distribuidor brasileiro era um bom cliente de Aubert, representante da empresa dinamarquesa para o Brasil e Argentina. Afinal, Staffa comprava seis cópias de cada filme por 1,50 francos, enquanto a CCB, por conta dos demais contratos, não conseguiria colocação no mercado brasileiro de mais do que quatro cópias de filmes da Nordisk, outra razão que levava Marc a recomendar que deixassem a marca com o concorrente.¹⁶³ Aliás, se Staffa pagava mesmo 1,50 francos pelo metro dos filmes da Nordisk, Aubert teria um bom lucro, já que os comprava da fábrica dinamarquesa por 1,04 francos (sendo que dez produções por ano eram majoradas em 10 centavos de franco).¹⁶⁴

Mas mesmo pagando caro pelos filmes dinamarqueses, Staffa ganhou muito dinheiro com eles. Posteriormente, o exibidor diria que, em 1913, somente com a bilheteria do Parisiense e a locação dos filmes da Nordisk, ele teria obtido mais de 1 mil contos de réis de lucro líquido.¹⁶⁵

Entretanto, na visão de Marc, não seria necessário disputar filmes com os concorrentes. Com a crescente demanda por “grandes filmes sensacionais”, um número enorme de filmes era produzido e, conseqüentemente, colocado à venda

[161] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 12 set. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

[162] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 28 nov. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

[163] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 28 nov. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

[164] Contrato assinado entre Nordisk Films Co. e Louis Aubert, 28 maio 1913, XII:31:5, 28 maio 1912, Nordisk collection, n. XII:31:5, Danish Film Institute. Cópia de documento gentilmente cedida por Christian Isak Thorsen.

[165] O valor é crível, uma vez que, como visto, a CCB obteve renda superior a 2 mil contos de réis com locação de filmes em 1913. “Os triunfadores: a história do milionário Staffa”, *A Noite*, 10 jul. 1925 (recorte do Arquivo Cinédia).

em Paris. “Todo mundo faz filmes” e “todo mundo é agente”, Marc comentava.¹⁶⁶ O patriarca descrevia a multiplicação de escritórios de distribuição internacional pela capital francesa, comentando sua rotina de assistir a diversos filmes por dia nas agências, dos quais, em sua opinião, poucos eram bons. Além de escritórios como os dos distribuidores Ernest Hebert, Charles Helfer e Géo Janin, citados nas cartas, havia muitos outros na capital francesa. Apesar de seus 69 anos de idade, Marc costumava assistir a filmes diariamente, das 9h ao meio-dia e das 14h às 17h, acompanhado de Nevière.¹⁶⁷ Em sua opinião, a maior parte dos filmes podia ser tratada em apenas 600 metros (cerca de 30 minutos), mas eram alongados sem motivo. Os filmes alemães, holandeses e dinamarqueses seriam todos parecidos, uns piores que os outros – e todos longos, estendendo-se, desnecessariamente, por 1.500 ou 2.000 metros –, enquanto os filmes americanos eram sempre de “cowboys” e muito ruins. Todos esses pequenos escritórios de distribuição teriam suas próprias cabines de projeção instaladas em imóveis comuns no centro de Paris: salas simples equipadas com projetores funcionando à eletricidade, com três ou quatro cadeiras, telas metalizadas de 1,25 metros de largura, e paredes cobertas de cartazes de filmes. As pessoas trabalhavam despreocupadamente nas salas contíguas às cabines, apesar do risco de incêndio. Apenas Hebert e Aubert, além de Éclair e Gaumont, teriam instalações melhores, enquanto a Pathé possuía uma bela sala de projeções.¹⁶⁸

Os comentários de Marc sobre filmes longos, ruins e excessivamente caros eram frequentes. Dizia que o preço desses longas-metragens (termo que ele eventualmente usava) costumava chegar a 1,50 ou 1,60 francos o metro, sempre comparando com a produção da Pathé Frères, que a CCB comprava por apenas 1,10 franco o metro.¹⁶⁹ Uma exceção foi o filme da Eclipse *A lenda*

[166] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 19 jul. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês. Segundo Richard Abel, em 1913 o número de filmes disponíveis para distribuição na França era tão grande que as principais empresas não conseguiam lidar com todos eles, surgindo, então, distribuidoras menores que começaram a atuar nas margens da indústria. R. Abel, *The Ciné Goes to Town: French Cinema 1896–1914*, 2 ed., Berkeley e Los Angeles: University of California Press, 1998, p. 54.

[167] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 2 ago. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

[168] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 19 jul. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN; carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 2 ago. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN; carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 28 nov. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

[169] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 31 ago. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

de *Édipo* (*La Légende d'Oedipe*, dir. Gaston Roudès, 1913), estrelado pelo célebre ator teatral Mounet-Sully. Após assisti-lo numa cabine, Marc elogiou muito o filme e tentou negociar a aquisição da distribuição exclusiva para o Brasil. Nas cartas, dizia acreditar que o filme custaria 1,30 franco o metro se a companhia importasse uma cópia, ou 1,25 no caso de duas. Conforme pesquisa de José Inácio de Melo Souza, o filme foi realmente lançado pela CCB em São Paulo, em março de 1914.¹⁷⁰

Em seu relacionamento com os colegas de outros países, que Marc encontrava nas cabines de projeção das inúmeras agências de distribuição de Paris, o brasileiro descrevia a atuação conjunta dos agentes ibero-americanos, dizendo: “a união faz a força”. Marc falava de um grupo formado por Juan Sala, Max Glücksmann¹⁷¹, Paul Aveline¹⁷² e mais alguns outros que se encontravam nas sessões exclusivas para os importadores. Quando eles assistiam a um raro filme bom, em vez de encomendarem individualmente apenas duas ou quatro cópias, agiam em bloco e faziam pressão para o preço ser reduzido: de 1,30 para 1,20 francos o metro, ou de 1,25 para 1,10 francos sem viragem. Se o valor não fosse aceito, nenhum deles comprava o filme. Marc comentava que eles já tinham sido bem-sucedidos em, pelo menos, duas ocasiões, e contou que ele e Glücksmann estudavam fazer a aquisição conjunta de filmes extras para o Brasil e a Argentina.¹⁷³

Enquanto estava em Paris, Marc Ferrez também acompanhou o lançamento da nova versão de *A vida de Jesus*, de cuja versão de 1907 a MF&F havia alugado e vendido muitas cópias. A situação em 1913, porém, era diferente, pois a Pathé só aceitava alugar a cópia por 24 meses para os distribuidores brasileiros:

[170] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 22 jul. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN, Tradução do francês; “Filmes estrangeiros exibidos no Brasil: 1896–1934”, *Mnemocine*. Disponível em <<http://silenciosos.lzo.com.br/cgi-bin/wxis.exe/iah/scripts/?IsisScript=iah.xis&lang=pt&base=VIDEO>>. Acesso em 30 set. 2021.

[171] Sobre a relação do distribuidor brasileiro com Glücksmann, representante da Pathé Frères na Argentina, ver o artigo: Diana Paladino e Rafael de Luna Freire, “Conexión latina: Relaciones entre los distribuidores cinematográficos de Brasil y Argentina a principios de siglo XX: Marc Ferrez y Max Glücksmann”, *Imagofagia*, n. 24, 2021.

[172] Com o sócio André Delalande, o francês Paul Aveline foi pioneiro da distribuição cinematográfica no México, estabelecendo-se em 1906 como representante da Pathé Frères no país.

[173] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 2 ago. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

“Eles não querem vender de maneira alguma nem um metro de filme”.¹⁷⁴ Isso o fazia, inclusive, lembrar seus filhos que, em breve, precisariam fazer o primeiro envio à França das cópias da Pathé Frères importadas depois da renovação do contrato que, em fevereiro de 1912, substituiu a venda pelo aluguel de cópias.¹⁷⁵

Em meio aos variados temas da correspondência de Marc Ferrez, um dos principais eram os agentes Jules Blum e Alberto Sestini, que se tornaram, em 1913 – devido ao sucesso dos filmes extras da Savoia, Pasquali e Cines – as principais ameaças ao domínio pela CCB da distribuição de filmes no Brasil.

O risco para a CCB, representado por Blum & Sestini, se devia, ainda, à crescente atração do cinema italiano no Brasil, como pode ser exemplificado pelo artigo “A tela e a mímica”, publicado pela pioneira revista carioca *O cinema*, em março de 1913. Abordando a exigência de os atores cinematográficos dominarem a “arte do gesto”, o autor reconhecia o talento de atores nórdicos e americanos em exprimir a emoção de forma “quieta, refletida e quase resignada”.¹⁷⁶ Para o gosto dos latinos, “os mestres, porém, são os italianos”. Se antes a mímica dos filmes italianos era quase sempre exagerada, “assistimos hoje à renovação da arte cinematográfica italiana”, dizia o artigo, citando fábricas italianas e atores como Dillo Lombardi, Alberto Capozzi e Gigetta Morano.¹⁷⁷ Era evidente que o cinema italiano se tornava a principal ameaça para o domínio do cinema francês na preferência dos espectadores brasileiros.

[174] Essa informação talvez explique a persistência da exibição, no Brasil, de velhas cópias da versão de *A vida de Cristo*, de 1907, nos dias santos nos cinemas, especialmente do interior do país. Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 19 jul. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

[175] No final do ano, Marc comentou com os diretores da CCB sobre um pedido de autorização à fábrica francesa “para mandar qualquer quantidade de fita velha em vez das fitas ou assuntos que deveriam ser exatamente devolvidos, porém é certo que Pathé não faz questão se em cada devolução faltarem tais ou quais fitas que seriam substituídas por outras antiguidades [sic]. A grande questão para eles é de limpeza sistemática do mercado pelo desaparecimento das fitas velhas, as quais muito repassadas acabam desmoralizando o espetáculo cinematográfico”. Carta sem autor (provavelmente Marc Ferrez) para Diretores da Companhia Cinematográfica Brasileira em São Paulo, Paris, 5 dez. 1913, FF:FMF 2.2.2.5.1.11, AN.

[176] Apesar da referência também a atores americanos, o artigo citava nominalmente apenas os artistas alemães e dinamarqueses Henny Porten, Valdemar Psilander e Else Frölich.

[177] *O Cinema*, v. 12, 17 mar. 1913, p. 2.

O caso Blum & Sestini e as dissidências internas na CCB

No início de 1913, a trajetória ascendente da CCB deu os primeiros sinais de passar por obstáculos. Para dar conta da necessidade de ampliar seu capital de giro, foi aprovada em Assembleia Geral Extraordinária da companhia, em 17 de março, a emissão (efetivada no dia 3 de abril) de 600 contos de réis em “obrigações ao portador” (debêntures) como forma de levantar recursos.¹⁷⁸

Depois do crescimento vertiginoso da CCB, expresso no aumento contínuo dos lucros em seus primeiros dezoito meses, no primeiro semestre de 1913, o dividendo pago aos acionistas diminuiu pela primeira vez, passando de 25\$000 para 15\$000, valor que se repetiu no segundo semestre de 1913. Embora as rendas da companhia continuassem crescendo, a ampliação do número de ações e a elevação das despesas afetou sua lucratividade (ver tabela 6).

Tabela 6 Evolução do lucro e dividendos da CCB entre 1911 e 1913

<i>Dividendo</i>	<i>Período</i>	<i>Lucro a ser distribuído aos acionistas</i>	<i>Lucro médio mensal</i>	<i>Número de ações</i>	<i>Dividendo por ação</i>
Primeiro	3º trimestre 1911	125:000\$000	41 contos	10 mil ações	12\$500
Segundo	4º trimestre 1911	125:000\$000	41 contos	10 mil ações	12\$500
Terceiro	1º trimestre 1912	125:000\$000	41 contos	10 mil ações	12\$500
Quarto	2º trimestre 1912	125:000\$000	41 contos	10 mil ações	12\$500
Quinto	2º semestre 1912	500:000\$000	83 contos	20 mil ações	25\$000
Sexto	1º semestre 1913	300:000\$000	50 contos	20 mil ações	15\$000
Sétimo	2º semestre 1913	300:000\$000	50 contos	20 mil ações	15\$000

[178] *Diário Oficial do Estado de São Paulo*, 20 mar. 1913, p. 1325; V. P. Araújo, *Salões, circos e cinemas de São Paulo*, São Paulo: Perspectiva, 1981, p. 217.

Podemos mencionar ainda que, em 1º de abril de 1913, os músicos das salas de cinema da capital paulistana, reunidos no Centro Musical de São Paulo, entraram em greve exigindo o estabelecimento de uma tabela salarial e reclamando melhores condições de trabalho. Enquanto alguns exibidores paulistas negociaram com o grupo e atenderam parte de suas exigências, a CCB foi intransigente com os grevistas, substituindo-os por outros músicos e desqualificando o movimento grevista pelos jornais.¹⁷⁹ Mobilização semelhante de músicos de salas de cinema também havia ocorrido no mês anterior, em Fortaleza, sinalizando uma tendência associativa mais ampla desses profissionais.¹⁸⁰

[179] Os músicos grevistas reivindicavam expediente máximo de quatro horas por cada função (da tarde e da noite) e que as matinês (funções das manhãs dos fins de semana), em que eles eram obrigados a tocar de graça, passassem a ser pagas regularmente. Exigiam ainda a adoção de tabelas com valores mínimos de pagamento por função, que variaria conforme o nível da sala e a importância do músico no conjunto, entre 6 e 9 mil réis por função. Nessas condições, um músico que tocasse durante duas funções (máximo de oito horas), todos os dias do mês, com uma única folga semanal, receberia um valor mensal em torno de 400 mil réis se o preço da tabela fosse obedecido, o que indica que os valores efetivamente pagos aos músicos dos cinemas paulistas em 1913 eram certamente inferiores a esses e por expedientes mais longos. Além disso, o relato de um escritor americano em visita ao Rio de Janeiro descreveu como, no cinema Pathé, em 1914, os músicos que acompanhavam as projeções eram obrigados a tocar quase ininterruptamente das 13 horas até pouco antes da meia-noite (mais de dez horas por dia!). Devido ao cansaço, os músicos aproveitavam quaisquer intervalos para tirar um cochilo no depósito atrás da tela do cinema. V. P. Araújo, *Salões, circos e cinemas de São Paulo*, São Paulo: Perspectiva, 1981, p. 222; “A greve dos músicos”, em *Correio Paulistano*, 2 abr. 1913, p. 3; Harry A. Franck, *Working North from Patagonia: Being the Narrative of a Journey, Earned on the Way, Through Southern and Eastern South America*, Nova York: The Century Co., 1921, pp. 264-265.

[180] Com a formação de um truste pela associação das três principais salas de cinema de Fortaleza sob a denominação de Empresa Cinematográfica Cearense, os músicos dos cinemas Rio Branco e Cassino foram demitidos, sendo mantido apenas um pianista, assim como se dava no Polytheama. Os músicos se uniram no Núcleo Musical Cearense e protestaram pela imprensa, gerando má repercussão para o truste, que se desfez poucos meses depois (A. B. Leite, *Fortaleza e a era do cinema: pesquisa histórica (1891-1931)*, Fortaleza: Secretaria da Cultura e Desporto do Ceará, 1995, p. 183 e pp. 241-242). Um documento do Núcleo Musical Cearense apontava condições de trabalho semelhantes às dos músicos paulistas, sendo relatado que o pianista do Polytheama ganhava apenas 200\$000 réis por mês para tocar duas funções (tarde e noite) nos dias úteis e três aos domingos, sendo que as matinês dominicais também não costumavam ser pagas. Ver Lucila Pereira da Silva Basile, *O piano na praça: “música ligeira” e práticas musicais no Ceará (1900-1930)* (tese), UFMG, 2015, pp. 226-227. Importante mencionar ainda a criação do Centro Musical do Rio de Janeiro, em 1907, pioneiro na criação de

Nesse mesmo momento em que a CCB enfrentava os músicos em São Paulo, a companhia perdeu a representação exclusiva para o Brasil de marcas importantes que vinha propagandeando. Isso ocorreu quando os agentes Jules Blum e Alberto Sestini desfizeram os acordos firmados cerca de um ano antes com Serrador e seus sócios, dando início a uma acirrada disputa pela representação das fábricas europeias, que motivou, inclusive, a ida de Marc Ferrez a Paris.

Jules Blum foi o primeiro a romper com a CCB, anunciando, já em abril de 1913, a criação de sua própria distribuidora, a Agência Geral Cinematográfica (AGC), cuja marca ele registrou três meses depois. A AGC de Blum tinha exclusividade no Brasil das marcas Éclair francesa, Savoia italiana, e American Standard (subsidiária da Éclair nos Estados Unidos).¹⁸¹

Aproximadamente na mesma época que Blum, Alberto Sestini também rompeu com a CCB. A perda da exclusividade das marcas italianas Pasquali e Cines certamente alarmou os diretores da companhia. Um anúncio da CCB no jornal recifense *A Província*, publicado em 26 de abril, tentava responder a esse episódio, dizendo ignorar “as malévolas insinuações” de seus concorrentes – referindo-se a Blum e Sestini mesmo sem nomeá-los –, descrevendo-os como “agentes de diversas fábricas italianas e uma francesa, da qual pouco se fala”. O anúncio afirmava, ainda, que os “ditos agentes” haviam vivido um longo tempo das “importantes compras” feitas justamente pela CCB, “seus melhores fregueses”. Em seguida, o texto esclarecia o suposto motivo pelo qual a companhia não mais possuía tais marcas: “Rescindindo seus contratos com duas marcas italianas, teve por objetivo o benefício de seus fregueses, que tinham de pagar por qualquer *filme extraordinário* um preço absurdo, arbitrado pelas fábricas ou seus representantes” (grifo meu).¹⁸²

Como visto na correspondência de Marc Ferrez, as companhias italianas vinham produzindo filmes extras que eram negociados por fora dos contratos de representação referentes à produção “comum”, que era aquela que Sestini e Blum vinham fornecendo à CCB. Os direitos exclusivos sobre esses filmes *hors programme*, como descreveu Marc, também passaram a ser negociados, individualmente, com a CCB, pelos agentes no Brasil da Savoia, Pasquali e Cines. Ou

tabelas de valores mínimos para pagamento dos músicos membros e na luta por melhores condições de trabalho, mas especialmente nos teatros cariocas.

[181] *Correio da Manhã*, 10 abr. 1913, p. 16; *O Paiz*, 8 jul. 1913, p. 12.

[182] *A Província*, 26 abr. 1914, p. 3.

seja, como modelo de distribuição, o filme extra também passou a ser utilizado no Brasil pelos agentes das fábricas italianas.

Aliás, em sua estadia na França, Marc Ferrez excepcionalmente escreveu em português ao se dirigir a Francisco Serrador, em São Paulo, numa carta datada de 14 de julho de 1913. O tema principal da correspondência era a concorrência oferecida por Jules Blum e Alberto Sestini. Na carta, Marc explicitava ao diretor da CCB sua opinião sobre qual deveria ser o modo de agir da companhia:

Blum, Sestini – Recomendo-lhe, agora principalmente que está na moda de vender exclusividade por preços fabulosos, não fazer negócios nenhum, embora o assunto seja sugestivo. “É roubo certo”. *Os últimos dias de Pompeia, Cleopatra*, duas e três fábricas fazem filmes do mesmo assunto, ao mesmo tempo... É incrível o que há. Com Pathé-Gaumont havemos de ter filmes de muito interesse e mais barato. Creio que é muito melhor do que pagar 30 ou 50 mil francos numa exclusividade, a qual aparece, no dia seguinte, feita por outra fábrica.

Cines – Talvez a Cia [Cinematográfica Brasileira] obtenha a representação, o presidente e o diretor [da Cines] devem vir a Paris no dia 20 a 22 do corrente, devo ter uma segunda conferência com eles, é possível que obtenha melhor solução. É bom guardar segredo.

Pasquali – Está muito indeciso. Em todo caso, com qualquer fábrica italiana será impossível obter o mesmo preço para filmes de 2.000 metros. São filmes considerados fora do programa, cujos preços estão discutindo. Isto não é legal mais [sic] é assim, é a moda...

O meio melhor para tornar mansos Blum e Sestini e tirar-lhes as pretensões (caso não obtenha a exclusividade) será de nada comprar senão muito pouco.¹⁸³

É evidente que, como a maior empresa distribuidora do país (e proprietária das melhores salas de exibição, por exemplo, do Rio de Janeiro, São Paulo e Belo Horizonte), a CCB era a principal cliente desses agentes, principalmente para os caríssimos filmes extras. Por outro lado, provavelmente Blum e Sestini percebiam a tentativa da CCB de prescindir deles ao buscar firmar contratos diretamente com as companhias europeias. No caso da Ambrosio e Gaumont, a CCB já havia sido bem-sucedida, tomando a representação que pertencera a Staffa e Lebre, respectivamente.

[183] Carta de Marc Ferrez a Francisco Serrador, Paris, 14 jul. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN.

Diante disso, Marc sugeria que a CCB deixasse de comprar filmes importados pelos dois agentes, confiando ser difícil que ambos, voltando a distribuir eles próprios, conseguissem clientes capazes de arcar com o aluguel dos caríssimos filmes extras. Sem contar com sala lançadora própria no Rio de Janeiro ou São Paulo, a AGC de Blum, por exemplo, vinha lançando seus filmes no mesmo circuito utilizado por Staffa.¹⁸⁴ Importante ressaltar, ainda, que Marc não recomendava fazer contrato de representação diretamente com a fábrica francesa Éclair, mas “comprar um filme aqui ou lá”, pois isso poderia desagradar a Gaumont e a Pathé, enquanto as companhias francesas não viam problema na CCB negociar com as italianas Ambrosio e Cines.¹⁸⁵ Já a Savoia, representada por Blum, era considerada uma fábrica menor e menos importante. A maior ameaça para a CCB, portanto, vinha de Sestini com a Cines e Pasquali.¹⁸⁶

Apesar das recomendações de Marc, Serrador aparentemente seguiu fazendo negócios com os agentes. Escrevendo aos filhos pouco mais de uma semana depois da carta enviada para São Paulo, Marc se dizia furioso com o modo de agir dos diretores da CCB, que insistiam em comprar filmes dos dois representantes, deixando sua tarefa de conseguir a representação das fábricas quase impossível. A Cines, em particular, ficava satisfeita com o fato de Sestini vender várias cópias no Brasil.

Em momentos como esse, Marc novamente comparava as condições dos contratos com as fábricas francesas em suas cartas ao filho Julio: “Vocês reclamam de 10 ou 15 centavos a mais para fábricas como Gaumont e Pathé, mas aceitam as imposições de Sestini. É o cúmulo!” Algo interessante revelado na correspondência era a liberdade que Marc dizia ter em relação à possibilidade de edição dos filmes que eles vinham importando, cujos preços eram baseados na metragem: “Vocês receberão dessas fábricas [francesas], no futuro, filmes de longa-metragem que nós poderemos perfeitamente cortar pela metade. Nas

[184] Os cinemas Íris, Haddock Lobo, Elegante e Excelsior (*Correio da Manhã*, 29 jun. 1913, p. 16).

[185] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 24 e 26 jul. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

[186] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 24 e 26 jul. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês. Em carta posterior, mesmo estimulado a tentar obter a representação da Éclair, Marc Ferrez informou que as negociações com a fábrica francesa não avançaram, pois ela só queria vender os filmes de longa-metragem e sem fixar o preço antes. Portanto, Marc dizia ser preciso continuar deixando Blum lançar seus filmes em outras salas que não os cinemas da CCB (Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 14 set. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês).

compras recentes que fizemos, nós pedimos cortes de 50 e 100 metros nos filmes após vê-los e eles fizeram perfeitamente. Cines e Pasquali não farão isso, pelo contrário, se eles puderem adicionar [metragem], eles o farão”.

Um argumento que seria repetidamente invocado pela diretoria da CCB para continuar fazendo negócios com Sestini era a ameaça de perda nas locações, principalmente em São Paulo, caso o agente distribuísse, ele mesmo, seus filmes. A esse receio, Marc respondia: “Vocês reflitam: nós perderemos 25% dos aluguéis? Você perdeu com Staffa? Não! Porque você tomou seus clientes. Quando um filme é bom, ele se impõe. Nós temos 3 fábricas que são incontestavelmente melhores que Cines e Pasquali. Não sejam invejosos”.¹⁸⁷

Apesar de a Cines ser o principal alvo da CCB, Marc relatou muitas dificuldades para tomar a representação da fábrica italiana das mãos de Sestini. Em agosto de 1913, após uma reunião em Paris com Marius Serra, um dos diretores da Cines, Marc desabafou com os filhos, dizendo que todos os fabricantes italianos, assim como Sestini, eram canalhas. Conforme relatou, a Cines estaria disposta a passar a representação para a CCB se a metragem importada fosse aumentada e se os filmes fossem comprados por, no mínimo, 1,30 francos o metro. Além disso, a CCB deveria adquirir pelo menos doze filmes extras por ano, com 3.000 ou 4.000 metros, por preços a definir. Marc resumia a proposta dizendo que eles seriam obrigados a engolir porcarias ou filmes ordinários da Cines durante todo o ano, mas quando os filmes fossem mais longos ou bons, a CCB teria que pagar mais caro, pois a companhia italiana exigiria, como vinha fazendo, 30, 40 ou até 50 mil francos. Diante disso, Marc dizia ser melhor deixar a representação da Cines com Sestini, pois as exigências eram muito altas, novamente recomendando à CCB manter os contratos apenas com Pathé, Gaumont e Ambrosio.¹⁸⁸ Em outra carta, Marc dizia que só os fabricantes italianos pediam valores exageradamente altos pelos filmes na Europa, repetindo que o sucesso de *Quo Vadis?* é que tinha dado início a isso.¹⁸⁹

Marc comentaria repetidas vezes que, na França, todos os distribuidores e importadores já estavam cientes da especulação de preços feita pelas companhias italianas com os filmes extras, e que os agentes em Paris não aceitavam mais comprar filmes por 10 ou 15 mil francos, com exceção apenas de Louis

[187] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 24 e 26 jul. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

[188] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 2 ago. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

[189] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 31 ago. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

Aubert, que vinha apenas alugando-os. Recomendava, novamente, não comprar nenhum filme de Blum e Sestini “que eles não terão onde pôr”.¹⁹⁰

Entretanto, como era previsível, os dois agentes concorrentes da CCB, finalmente, uniram-se na AGC, formando a empresa Blum & Sestini, com capital de 200 contos de réis.¹⁹¹ Com os direitos para o Brasil da Éclair e de inúmeras fábricas italianas (Savoia, Cines, Pasquali e outras, como Volsca, Celio, Roma, Aquila, Gloria), a AGC se tornava um ameaça maior ao truste da CCB.

Diante disso, apesar dos repetidos conselhos de Marc, numa longa carta não assinada, mas provavelmente escrita por Julio, no Rio de Janeiro, o filho informou a seu pai, em Paris, que a CCB havia assinado contrato com Blum & Sestini no dia 9 de setembro de 1913. Ciente de que isso ia contra tudo o que o pai vinha recomendando, Julio descreveu detalhadamente os motivos para essa decisão. Principalmente em São Paulo, dizia a carta, a AGC poderia provocar a diminuição de até 25% dos negócios de locação da CCB, o que representaria um prejuízo mensal de aproximadamente 20 contos, sem falar na desmoralização da perda da exclusividade de duas das marcas que a companhia mais vinha fazendo propaganda. Julio afirmava, ainda, que a CCB não tinha muitos filmes em estoque, tendo lançado todos aqueles que estavam acumulados (“os maus filmes alemães, americanos, da Milano etc. [já] se foram”), provavelmente enquanto a renovação dos contratos na Europa não era finalizada.¹⁹²

No escritório da matriz da CCB, Sestini teria dito a Serrador e Bittencourt que dos 150 clientes da companhia em São Paulo, apenas 24 eram brasileiros, enquanto os demais eram italianos, assim como grande parte do público. Desse modo, os filmes da Cines e Pasquali seriam “os mais desejados porque atualmente São Paulo é uma pequena Itália”. Por isso, diferentemente do restante do Brasil, “um filme mal feito, longo etc. de Pasquali faz mais sucesso em São Paulo do que Robinne e Alexandre”, referindo-se ao célebre casal de atores franceses que protagonizaram vários filmes de arte da Pathé.

Depois de seis dias de discussões, o contrato entre Blum & Sestini e a CCB teria sido fechado, estabelecendo o valor de 1\$180 réis o metro para a

[190] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 6 set. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

[191] *O Paiz*, 27 out. 1913, p. 12.

[192] Cópia de carta sem remetente ou destinatário, Rio de Janeiro, 9 set. 1913, FF:FMF 2.2.2.4.93, AN. Demais citações desse documento. Tradução do francês.

programação comum, com seis filmes extras por ano.¹⁹³ O preço dos filmes extras ainda seria negociado à parte. Segundo Julio, os da Cines poderiam ser vendidos por até 1,30 francos o metro, mas no máximo um por ano pelo preço de 2 francos o metro. Em relação aos filmes extras da Pasquali, Julio dizia que ia tentar negociar algo entre 1,15 ou 1,20 francos por metro para quatro cópias: “nada de cômicos ou comédias, nem [filmes] ao ar livre¹⁹⁴. Somente os dramas e grandes espetáculos de longa-metragem”.

Sestini também havia deixado de fora do contrato o filme extra *Cleopatra* (*Marcantonio e Cleopatra*, dir. Enrico Guazzoni, 1913), cujo preço eles ainda discutiriam, pois o agente pedia 70 contos, mas Julio havia conseguido baixar para 55, “o que é ainda um absurdo”. Ao final, a exclusividade de *Cleopatra* foi aparentemente comprada pela CCB por cerca de 50 contos, uma “bobagem de Serrador”, segundo Marc.¹⁹⁵

Mas o pior teria sido a chantagem imposta por Sestini em relação ao filme *Os últimos dias de Pompeia*. Sabendo que a CCB havia adquirido a exclusividade do filme extra da Ambrosio, Sestini ofereceu à companhia a versão da Pasquali, que chegaria ao Brasil junto ou mesmo antes da versão da Ambrosio. Caso a CCB não quisesse, ele dizia já ter propostas para vender duas cópias no Rio para o Pavilhão Internacional (então arrendado à CIC de Stamile), duas em São Paulo para a Kinemacolor (concorrente local da CCB)¹⁹⁶, uma para Per-

[193] Aparentemente, houve um aumento de 30 réis em relação ao contrato anterior de Sestini com a CCB, ou seja, o preço praticado antes seria de 1\$150 réis o metro.

[194] Filmes “ao ar livre” (*en pleine air*) era um termo usado frequentemente para ser referir, em geral, a filmes naturais.

[195] Cópia de carta sem remetente ou destinatário, Rio de Janeiro, 9 set. 1913, FF:FMF 2.2.5.1.93, AN; Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 12 set. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

[196] Os direitos para exploração no Brasil do Kinemacolor – sistema de exibição de filmes coloridos promovido pelo inglês Charles Urban – foram adquiridos pela empresa Castro Guidão & Cia, proprietária do cinema Avenida, antes da compra da sala pela CCB. O sistema exigia um aparato próprio de projeção que foi instalado no cinema Avenida, em fevereiro de 1912, pelo escocês Tassie Valios, funcionário da Kinemacolor britânica (“Picture Theatres in Brazil: Interview with a Kinemacolorist”, em *The Kinematograph & Lantern Weekly*, 14 mar. 1912, p. 1114b). Os direitos especificamente para o estado de São Paulo devem ter sido posteriormente repassados pela Castro Guidão para a Companhia Kinemacolor de São Paulo, constituída em 1912 e que iniciou a construção do cinema Scala, inaugurado apenas em 17 de agosto de 1913. Antes disso, porém, a empresa começou a exibição de filmes em geral (e não apenas as películas coloridas do Kinemacolor), em 28 de fevereiro de 1913, no cinema High

nambuco e outra para o Rio Grande do Sul. Segundo Julio, Sestini teria dito: “Todas essas pessoas não são adversários sérios para a CCB, mas eles saberão lucrar em cima do filme. Eles têm sede de vingança contra vocês, e eles sabem fazer valer a marca da Pasquali”.¹⁹⁷

A chantagem funcionou e a CCB adquiriu de Sestini e lançou a versão da Pasquali de *Os últimos dias de Pompeia* (*Jone ovvero gli ultimi giorni di Pompei*, dir. Ubaldo Maria Del Cole e Giovanni Enrico Vidali, 1913), no mês seguinte. O filme estreou em três cópias tanto no Rio quanto em São Paulo, com ingressos a 2\$000, sendo anunciado como “superior ao *Quo Vadis?*”. Anúncios destacavam os números do filme que espelhariam o “espetáculo feérico e estupefaciente”: 4.000 metros, 7 partes, 90 minutos de projeção, 30.000 figurantes, 20 leões, 100 cavalos de corrida.¹⁹⁸ A versão da Ambrosio (*Gli ultimi giorni di Pompei*, dir. Mario Caserini e Eleuterio Rodolfi) acabou sendo lançada discretamente apenas no ano seguinte.¹⁹⁹

Diante dessas atitudes de Sestini, Julio insistia para que o pai tentasse de todos os jeitos conseguir a representação direta da Cines, possivelmente informando aos diretores da fábrica italiana as irregularidades supostamente cometidas pelo seu agente, tais como representar diversas marcas concorrentes, fazer venda casada dos filmes de dois fabricantes, inventar despesas inexistentes para aumentar o preço etc. Mas Marc alegaria que nenhuma dessas práticas era ilegal, incomum ou, principalmente, útil para convencer os diretores da fábrica italiana. O fato é que Sestini pagava regularmente a Cines e a fábrica enviava seus filmes em consignaçon, sem que ele precisasse inverter grande

Life, cujos proprietários se associaram à empresa (J. I. M. Souza, *Salas de cinema e história urbana de São Paulo (1895–1930): o cinema dos engenheiros*, São Paulo: Senac, 2016, pp. 140–143). Sobre o Kinemacolor, ver Benoît Turquety, *Machines, Gestures, and Media History*, Amsterdã: Amsterdam University Press, 2019, pp. 209–230.

[197] Cópia de carta sem remetente ou destinatário, Rio de Janeiro, 9 set. 1913, FF:FMF 2.2.2.4.93, AN. Tradução do francês.

[198] *O Estado de S. Paulo*, 1 out. 1913, p. 12; *Correio da Manhã*, 24 set. 1913, p. 12; *Correio da Manhã*, 2 out. 1913, p. 16.

[199] Não encontrei referências ao seu lançamento no Rio de Janeiro. Em São Paulo, o filme estreou com uma só cópia, em maio de 1914, com o título *Ione* (*Os últimos dias de Pompeia*) e a observação: “Não confundir este *capolavoro* com outro do mesmo nome exibido em 1913” (*O Estado de S. Paulo*, 20 maio 1914, p. 14). Curiosamente, o filme da Pasquali foi exibido em Recife como se fosse uma produção da Ambrosio – e com o devido exagero publicitário em relação ao seu preço: “Esta fita foi adquirida pela avultada quantia de 225.000 francos ou sejam 135 contos de réis” (*Jornal do Recife*, 21 out. 1913, p. 3).

capital. Diante dos bons negócios que vinham sendo feitos pelo agente brasileiro, seria impossível para a CCB tomar a representação dele.²⁰⁰

Assim, só restava a Marc reclamar dos filhos: “Quanto eu tento convencê-los [as fábricas italianas] que Blum ou Sestini não encontrarão compradores para os grandes filmes, quem eles me dizem que os compraram? Vocês mesmos. E eles sabem que fomos nós quem compramos *Cleopatra*!! É estúpido, idiota”. Mas o patriarca trazia, ainda, uma outra reflexão sobre o problema dos negócios travados com Sestini ao questionar o que a Pathé Frères pensaria quando descobrisse que a CCB comprara *Cleopatra* por 80 mil francos, enquanto eles vendiam seus filmes por 1,00 ou 1,10 francos o metro: “Eles terão direito de dizer: vocês pagarão mais caro os filmes sensacionais como fará Eclair que cobrará 1,80 ou 2,00 [francos] o metro dos grandes filmes que vão editar”.²⁰¹

Marc continuou repetindo, em suas cartas aos filhos, que ninguém mais em Paris pagava altos valores pela exclusividade de um filme extra, citando sempre Aubert, inicialmente como única exceção (pois comprava filmes caros para especular), mas informando depois que nem ele mais faria isso (“Ele não comprou *Cleopatra* e nem os outros”).²⁰² Marc julgava que os produtores italianos logo deixariam de fazer os grandiosos filmes épicos históricos por não encontrar mais compradores, refletindo se eles “seguirão o caminho de Gaumont e Pathé”.²⁰³

Entretanto, mais precisa que suas previsões sobre o futuro da indústria cinematográfica mundial era a percepção de Marc Ferrez sobre a situação de dependência na qual a CCB se colocava frente a Sestini: “Isso não tem fim. Tem *Spartaco* de Pasquali que pede 50 mil francos e depois vem outro e mais outro”.²⁰⁴ De fato, logo após a aquisição de *Cleopatra*, já era anunciado esse novo filme extra sobre gladiadores romanos a ser novamente negociado por preço especial. Marc escreveu a Julio após assistir a *Spartaco* (*Spartaco ovvero il gladiatore della Tracia*, dir. Giovanni Enrico Vidali, 1913), acompanhado de Luciano, em sessão exclusiva para distribuidores: “É sempre a mesma coisa: os leões, os

[200] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 20 nov. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

[201] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 20 nov. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

[202] Posteriormente, Marc Ferrez escreveu que Louis Aubert comprou duas cópias de *Cleopatra*, mas não por 50 mil francos, e sim por 15 mil, dizendo que o distribuidor francês recuperaria facilmente o investimento com suas sucursais em Marselha, Lille e Bruxelas (Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 28 nov. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês).

[203] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 14 set. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

[204] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 20 nov. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

circos, excelentes iguarias e homens bonitos – é tudo muito longo”. Na visão de Marc, tratava-se ainda de uma consequência do sucesso de filmes como *Quo Vadis?*: “Os primeiros nós gostamos porque era diferente, mas depois de um ano é sempre o mesmo prato apresentado com um molho diferente”.²⁰⁵ Ao filho, Marc dizia esperar que a CCB não comprasse o filme.²⁰⁶ Aliás, o patriarca dos Ferrez escreveu isso diretamente aos diretores da companhia.

Em carta datilografada em português, mas não assinada (certamente de autoria de Marc Ferrez, pois o cabeçalho dava Paris como local), endereçada aos diretores da CCB, em São Paulo, era explicada a perda do embate pela representação da *Éclair* e Cines, embora “ambas [estivessem] dispostas a ceder na primeira ocasião azada que se der”. Foi explicado o motivo do fracasso:

A Cines considera Sestini como um amigo e aliás como um excelente agente, pois (seja de que modo o tenha conseguido) aos olhos da Fábrica foi o homem que conseguiu colocar no Brasil por bom preço as duas fitas mais caras que jamais se tenha feito. A *Éclair* preza ao Blum pois quando é preciso pagar faturas recorre ao caixa do Blum em Paris que é a fábrica de papéis Abadie e portanto está a coberto.²⁰⁷

A carta também descrevia *Spartaco*, que assistira em “sessão privada”, considerando-a muito longa, “sendo depois de muito cortada comparável a um filme habitual”. Dizia ainda:

A impressão resume-se no seguinte: desfiles e desfiles muitas vezes repetidos sem necessidade, muita prosa de *Spartaco* em sempre exhibir-se com toda a sua musculatura, assim como outros atletas, repetições ou reedição das cenas e cenários nossos conhecidos, edificações para Pompeia e agora aproveitados e remendados. Aqui começaram há sete dias pedindo 70.000 francos e hoje os agentes e cavadores encarregados têm ordem secreta de fecharem os negócios que aparecerem pelo preço que *puderem arranjar*, repartindo o preço entre eles

[205] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 5 out. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

[206] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 28 nov. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

[207] Carta sem autor (provavelmente Marc Ferrez) para diretores da Companhia Cinematográfica Brasileira em São Paulo, Paris, 5 dez. 1913, FF:FMF 2.2.2.5.1.11, AN. Como visto no capítulo 2, Jules Blum era representante no Brasil da fábrica de papeis de cigarro francesa Abadie.

(agente) e concessionário geral e o intermediário. Como vedes é mais uma especulação que aqui gorou (grifo do original).²⁰⁸

Apesar do tom sempre cordial nas cartas direcionadas diretamente aos diretores da CCB em São Paulo, na correspondência privada entre Marc e seus filhos, a irritação crescente com a diretoria da companhia era expressa através de referências cada vez mais críticas a ela, com Serrador e Bittencourt sendo descritos por Marc como paspalhos e idiotas, além de invejosos.²⁰⁹ O descontentamento se daria principalmente pela interferência deles nos negócios de importação e no relacionamento com as fábricas europeias: “Façam Serrador e Bittencourt nos escutar de uma vez e nos deixar dirigir as compras e que eles se ocupem apenas das locações e dos contratos com seus clientes de São Paulo. Desse modo, ganharemos mais dinheiro”.²¹⁰ Luciano chegou a sugerir que os diretores viajassem para a Europa para conhecer melhor os negócios, mas Marc discordou da ideia, afirmando que fazia sentido Serrador e Bittencourt irem a Paris se divertir, mas para “tratar de negócios com a Pathé”, ele se opunha. Como afirmou em outra carta, Marc preferia que eles se ocupassem apenas de São Paulo, “onde reinam como soberanos, mas não aqui [na Europa], nós não precisamos deles”.²¹¹

A partir de fins de 1913, outros dois fatores colaboraram para aumentar, ainda mais, a insatisfação dos Ferrez com a diretoria da CCB. O primeiro deles foram os atrasos nos pagamentos às fábricas europeias que começaram a se suceder, o que colocava em risco os negócios. Como Marc escrevia aos filhos, o descumprimento dos prazos causava má impressão junto a Pathé e a Gaumont e minava a confiança das empresas neles.²¹² Atrasos no pagamento de reembolsos passaram a se dar também com funcionários da CCB, como o agente Nevière em Paris ou Leon Jacob, diretor da agência em Recife.²¹³

Além do risco à manutenção dos contratos com as fábricas – Lebre, por exemplo, vinha cortejando a Gaumont para retomar a representação –, Marc

[208] Carta sem autor (provavelmente Marc Ferrez) para diretores da Companhia Cinematográfica Brasileira em São Paulo, Paris, 5 dez. 1913, FF:FMF 2.2.2.5.1.11, AN.

[209] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 28 nov. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

[210] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 5 out. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

[211] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 19 out. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

[212] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 12 out. 1913, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

[213] Carta de Leon Jacob a Julio Ferrez, Recife, 1º jul. 1914, FF: LF 2.0.2.2, AN. Tradução do francês.

Ferrez também se queixava de como os atrasos da CCB nos pagamentos podiam prejudicar a reputação deles de bons compradores e corretos pagadores no mundo do cinema. Afirmava que deviam pagar adiantado se fosse o caso, mas jamais atrasado: “Staffa jamais se atrasa [nos pagamentos] à casa Aubert [...] nem à Nordisk”, comparava Marc.²¹⁴

O segundo fator a colaborar para o aumento da tensão com os diretores da CCB foi explicitado em carta de 8 de janeiro de 1914. Marc relembra que, quando ele conseguiu a representação da Pathé Frères para o Brasil, a MF&F só podia importar filmes exclusivamente dessa fábrica: “Mais tarde, pela evolução, sr. Charles [Pathé] nos permitiu comprar fora, mas nunca mais de 40 a 45% [da metragem total]”. Ou seja, desde 1912, eles tinham sido autorizados a escolher filmes de outros fabricantes para formar os programas, mas com o entendimento de que metade dos filmes importados sempre deviam ser da Pathé Frères. Assim, Marc falava da sua surpresa e constrangimento quando foi visitar O. Jacquemin, um dos diretores da Pathé, e ele lhe mostrou uma revista de cinema brasileira – “que nossos bons amigos Lebre ou Staffa o enviaram”, dizia ironicamente – com um anúncio em que estavam publicados todos os filmes e programas exibidos pela CCB.²¹⁵ Na listagem, a produção da Pathé correspondia a 4.610 metros, enquanto a das italianas Ambrosio, Cines e Pasquali contava 9.136 metros, “quando devia ser o contrário segundo o contrato”.²¹⁶

Provocou especial incômodo em Jacquemin a descrição de alguns programas distribuídos pela CCB com poucos ou até mesmo nenhum filme da Pathé Frères. Marc deu uma reprimenda no filho, dizendo que eles podiam fazer isso secretamente, mas jamais divulgar esses números. Afirmava ainda que, por sorte, Jacquemin era “nosso bom amigo” e não mostrou a revista a Charles Pathé.²¹⁷

[214] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 8 jan. 1914, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

[215] Marc refere-se à revista intitulada *Cinema*, provavelmente a publicação homônima preservada no acervo da Biblioteca Nacional. Infelizmente, o último exemplar da coleção da instituição é o de número 12, de 17 de março de 1913, enquanto Marc Ferrez certamente descrevia um número publicado em fins de 1913. Outra publicação sobre cinema desse período, ainda preservada, *A Revista Cinematographica*, a julgar pelo exemplar único existente no acervo da Cinemateca do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro (o número 32, de 29 de agosto de 1913), servia claramente de propaganda dos negócios de Staffa e Blum. Desse modo, é possível adivinhar que a revista *Cinema*, mencionada por Ferrez, fosse exatamente um veículo mais alinhado à CCB.

[216] Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, 8 jan. 1914, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

[217] Em 1919, uma revista francesa publicou fotografias de Charles Pathé e de “seus

Respondendo ao argumento do sucesso dos filmes italianos em São Paulo como justificativa para a assinatura de contrato com Sestini, Marc sugeria aos filhos que falassem para os diretores da CCB ficarem com essas marcas, e os Ferrez se instalarem separadamente no Rio, mas não jogarem fora sua “galinha dos ovos de ouro”, referindo-se à Pathé Frères. Marc não cansava de repetir aos filhos que eles deviam dizer “aos senhores de São Paulo” que no dia em que eles não tivessem mais Pathé e Gaumont, mesmo com todos os filmes italianos e da Nordisk, eles podiam fechar as portas.

Embora Marc Ferrez continuasse defendendo a superioridade dos filmes da Pathé Frères e a importância do contrato que ele mantinha há vários anos com a empresa, o cinema francês já tinha perdido o domínio de seu próprio mercado para o cinema americano e, antes disso, também a preferência do público americano nos Estados Unidos. Segundo Richard Abel, no final de 1913, os filmes americanos haviam superado os franceses na própria França, tanto em números de título exibidos quanto em metragem.²¹⁸

Já no Brasil, a situação era diferente, uma vez que a produção francesa sofria concorrência cada vez mais acirrada era do cinema italiano. Segundo dados do Departamento de Comércio dos Estados Unidos, em 1913 foram importadas para o Brasil 8.500 quilos de filmes da França, seguidos de perto por 8.200 quilos da Itália. Os demais países produtores nem chegavam perto dos dois primeiros: Estados Unidos (600 quilos), Alemanha (300) e Reino Unido (200).²¹⁹ A maior parte dos filmes importados da França para o Brasil teria sido distribuída pela CCB: com base na documentação do fundo Família Ferrez, pode-se estimar que somente da Pathé e Gaumont teriam sido importados entre 5 e 6 toneladas de filmes em 1913.²²⁰

principais colaboradores”, entre os quais Jacquemin. Ver Jacques Kermabon (org.), *Pathé: Premier Empire du Cinéma*, Paris: Centre George Pompidou, 1994, p. 416.

[218] R. Abel, *The Ciné Goes to Town: French Cinema 1896–1914*, 2 ed., Berkeley e Los Angeles: University of California Press, 1998, p. 46.

[219] “Motion Pictures in Argentina and Brazil”, *Trade Information Bulletin*, n. 630, Washington: United States Government Printing Office, 1929, p. 1. Também citado em: R. Johnson, *Film Industry in Brazil: Culture and State*, Pittsburgh: University of Pittsburgh Press, 1987, p. 37. Mais que o domínio dos filmes franceses no circuito exibidor brasileiro, esses números demonstram cabalmente a hegemonia do mercado livre de Paris como fonte de origem da maior parte das cópias importadas para o Brasil.

[220] Ao longo de 1913, a CCB importou 686.894 metros de filmes da Pathé. Em julho desse

De fato, os negócios revelavam-se complexos. Por um lado, a atuação da AGC com os cada vez mais populares *capalavoros* italianos era uma ameaça para os negócios da CCB como distribuidor, principalmente no estado de São Paulo. Por outro, era preciso resguardar as relações da CCB com a francesa Pathé Frères, seu principal fornecedor que, pelos baixos custos, ainda daria maior lucro à empresa. Marc recomendava, por isso, seguir privilegiando o aluguel de filmes da Pathé para tentarem atingir a metragem contratual que lhes permitissem ter um estorno no valor das compras no ano seguinte.

Além disso, os Ferrez tinham ciência de que a relação entre Sestini e a CCB era temporária, até o distribuidor se aliar a outro exibidor. Apesar do contrato firmado em setembro de 1913, Julio refletia que Sestini só buscava uma colocação momentânea para seus filmes até encontrar uma sala lançadora própria na capital federal, talvez em parceria com Arnaldo Gomes de Souza ou com Gustavo José de Mattos, ferozes adversários da CCB que vinham reformando cinemas que seriam inaugurados em breve: “O dia em que ele tiver outra sala [de exibição] eles nos largará”.

Portanto, um diferencial da CCB frente aos distribuidores concorrentes ainda era seu poderio como exibidor no Sudeste, o que se sustentava, principalmente, na posse dos três melhores cinemas do Rio de Janeiro: o Odeon, o Avenida e o Pathé. Nesse sentido, é importante destacar que, além da distribuição, o lucrativo negócio de exibição no Rio de Janeiro também esteve sob a alçada dos Ferrez em sua sociedade com a CCB, a partir de 1912. Trata-se de uma questão fundamental, pois no segundo semestre de 1913, os três cinemas da avenida Rio Branco deram lucro maior do que as oito salas da CCB na capital paulistana.²²¹ Além dos cinemas da avenida, a sucursal carioca tinha sob sua alçada os cinemas Éden, em Niterói; Comércio, em Belo Horizonte; e

ano, a CCB fechou contrato com a Gaumont para importar 18.800 metros de filmes por mês, que passou a receber diretamente da França, a partir de outubro, elevando a mais de 700 mil a metragem anual importada. Sobre a relação entre metragem e peso da película cinematográfica, ver nota 371, capítulo 2, *supra*. Lista de facturas Pathé Frères remetidas a Marc Ferrez & Filhos desde junho de 1912 a fevereiro de 1913, FF:FMF 2.2.2.5.1.74.1, AN; Segundo Período (março de 1913 a fevereiro de 1914), FF:FMF 2.2.2.5.1.74.2, AN.

[221] Tanto o lucro líquido quanto à renda bruta dos cinemas Odeon, Avenida e Pathé foram superiores ao lucro e à renda somados dos cinemas Coliseu dos Campos Elísios, Pathé Palace, Marconi, Bijou, Theatro S. Paulo, Íris-Theatre, Colombo e Radium (Mapa demonstrativo do movimento dos teatros de junho a dezembro de 1913, FF:FMF 2.2.2.5.3, AN).

Polytheama, em Juiz de Fora. Isso comprova a importância e a abrangência das funções que Luciano e Julio Ferrez assumiram na CCB, assim como o início de uma atuação mais efetiva da família Ferrez no campo da exibição, opção que seria acentuada posteriormente. Cabe reforçar que a presidência e diretoria da CCB era formada por empresários paulistas de fora do ramo cinematográfico (Camargo e Ignarra) e por exibidores com negócios em São Paulo (Serrador, Bittencourt e Gadotti), sendo os Ferrez, portanto, os únicos realmente familiarizados com a praça carioca.

Luciano Ferrez, por exemplo, defendeu sua atuação à frente das salas cariocas, dizendo que, sob sua gerência, a CCB “aumentou a renda das três casas sobre as administrações precedentes de Arnaldo, Zambellis e Castros Guidões”.²²² Luciano refere-se aqui aos proprietários anteriores dos três cinemas adquiridos pela CCB, o cinema Pathé (Arnaldo Gomes de Souza), o cinema Avenida (os irmãos Adriano e Bráulio Castro Guidão) e o cinema Odeon (Evaristo Zambelli).

Se por um lado a administração dos cinemas pela filial carioca dirigida por Luciano e Julio vinha sendo bem-sucedida, por outro lado, a interferência da diretoria na importação de filmes e nos contratos de representação na Europa, assim como a falta de informações (e de retorno financeiro à companhia) da distribuição em São Paulo, começou a minar as relações internas na CCB. Mas enquanto os negócios estivessem indo bem – as contas pagas aos fornecedores e os lucros distribuídos aos acionistas –, as tensões podiam ser suportadas.

Concorrência, filmes de atualidade e a ida ao cinema às vésperas da guerra

Em 1914, dois anos depois de sua criação, o truste da CCB ainda mantinha o domínio da distribuição de filmes no Brasil. Jácomo Rosário Staffa permaneceu como principal alternativa para os exibidores que não eram clientes da CCB graças aos dramas dinamarqueses da Nordisk e aos filmes alemães estrelados por Asta Nielsen e Betty Nansen, lançando ainda os filmes mais longos da italiana Itala e da americana Vitagraph.

Já a Companhia Internacional Cinematográfica (CIC) de Stamile passou por uma agonizante decadência devido à falta de capital. Em fevereiro de 1913, o

[222] Carta de Luciano para Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 20 fev. 1915, FF:JF 2.1.1.1, AN.

vice-presidente da empresa exportadora Raymond, Copland & Co. solicitou ajuda ao Departamento de Estado do governo dos Estados Unidos para resolver o impasse dos filmes da Biograph presos na alfândega brasileira, desde o ano anterior, por falta de pagamento dos impostos pela CIC. Mesmo sem saldar as taxas que permitissem retirar os filmes, Stamile teria impedido os exportadores americanos de reaverem a mercadoria, já que ele tinha registrado essa marca em seu nome no Brasil (sem o conhecimento da Biograph). Além disso, a Raymond, Copland & Co. argumentava que o preço de armazenagem cobrado pela permanência dos filmes na alfândega do Rio de Janeiro era tão “excessivo” (sete vezes maior do que num depósito alfandegário comum) que equivalia a uma multa pelo não pagamento dos impostos. O próprio Secretário de Estado, Philander C. Knox, respondeu à carta, alegando que o caso não permitia a intervenção do governo americano, devendo ser resolvido entre as partes ou com o recurso à justiça. Por outro lado, ele encaminhou a carta ao Consulado e à Embaixada dos Estados Unidos no Brasil, que poderiam prestar assistência à empresa americana, sugerindo, ainda, levar o caso à atenção do governo brasileiro.²²³

A crise nos negócios de Stamile podia ser evidenciada ainda pelo fechamento do cinema Ouvidor no início de 1913.²²⁴ A CIC fez exhibições no Teatro Lírico antes de arrendar o antigo barracão do Pavilhão Internacional de Segredo – recorrentemente ameaçado de demolição por destoar da sofisticação

[223] Pelo valor da dívida dos impostos, é possível estimar que, entre fevereiro e dezembro de 1912, acumularam-se aproximadamente 58 mil metros de filmes da Biograph nos depósitos alfandegários do Rio de Janeiro. Ver carta de F. E. Hadley, vice-presidente da Copland-Raymond Co., para P. C. Knox, secretário de Estado, Nova York, 11 fev. 1913; Memorandum of Biograph Films in Rio, at the Custom House, and on which storage has to be paid, showing amount of storage (approximate figures), anexo à carta de F. E. Hadley, vice-presidente da Copland-Raymond Co., para Philander C. Knox, secretário de Estado, Nova York, 20 fev. 1913; General Records (1914-1955). Record group 151; file class 281. National Archives at College Park, College Park, MD.

[224] Segundo Alice Gonzaga, o cinema Ouvidor fechou em 15 de janeiro de 1913. Entretanto, a revista *O Cinema* informava, em fevereiro de 1913, que a sala ainda funcionava, relatando o suposto fechamento para obras apenas em março de 1913. Em setembro de 1914, Luciano contou ao seu irmão que o imóvel do cinema havia sido adquirido por um livreiro que iria abrir em breve o café Ouvidor. Era o fim definitivo de mais uma sala da primeira geração de cinemas fixos cariocas. A. Gonzaga, *Palácios e poeiras: 100 anos de cinema no Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: Record, 1996, p. 279; *O Cinema*, n. 7, 10 fev. 1913, p. 2; *O Cinema*, n. 10, 3 mar. 1913, p. 3; Carta de Luciano para Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 29 set. 1914, FF:JF 2.1.1.1, AN.

da avenida Central –, que passou a ser descrito como “a única casa autorizada a exhibir Biograph”, estúdio americano que, por sua vez, também já entrara em declínio.²²⁵ Além de distribuir filmes alemães e italianos, a CIC ainda tentou apelar para os filmes nacionais, lançando em agosto *Um crime sensacional*, a reconstituição cinematográfica de um assassinato ocorrido no mês anterior, batizado pela imprensa de crime de Paula Matos, nome da rua no bairro de Santa Teresa onde ocorreu. Tratava-se de uma produção da Brazil Films, dos irmãos Alberto e Paulino Botelho, com 1.500 metros, exibida em salas de Segredo em São Paulo e no Rio de Janeiro (além do Pavilhão Internacional, também no teatro São Pedro). *Um crime sensacional* tentou repetir o sucesso obtido cinco anos antes pelos pioneiros filmes criminais, mas seu resultado foi bem mais modesto.²²⁶ Nem os filmes estrangeiros ou brasileiros adiantaram: a falência da CIC foi decretada em fins de 1913.²²⁷

Afinal, a produção de filmes posados pelos próprios exibidores-distribuidores, tal como ocorrera na suposta “bela época do cinema brasileiro”, não era mais uma alternativa atraente ou viável para concorrer com os cada vez mais longos e caros filmes estrangeiros que estreavam nas salas lançadoras cariocas. Cinegrafistas como Emílio Guimarães e Antonio Leal, por exemplo, voltaram a atuar com a propaganda do Brasil no exterior através do cinema. Após suas viagens, o primeiro se estabeleceu em Porto Alegre em 1911, enquanto o segundo retornou ao Rio em 1915.²²⁸ Já em São Paulo, Antonio Campos e Gilberto Rossi deram início, na década de 1910, a longas carreiras como

[225] *O Cinema*, n. 10, 3 mar. 1913, p. 3; *Correio da Manhã*, 23 set. 1913, p. 14. Em São Paulo, a CIC permanecia sob a direção de Gustavo Pinfieldi, distribuindo filmes americanos, italianos e alemães.

[226] R. Navitski, *Public Spectacles of Violence: Sensational Cinema and Journalism in Early Twentieth-Century Mexico and Brasil*, Durham: Duke University Press, 2017, pp. 162-165.

[227] Alice Gonzaga informa a data de 1º de dezembro de 1913 para a falência da CIC, o que é aparentemente confirmado por correspondência de Marc Ferrez. De fato, em maio de 1914 seria realizado o leilão dos cinemas Coliseu, Excelsior e Piedade (no Rio de Janeiro) e do cinema Rio Branco e do Theatro Casino (Petrópolis), todos pertencentes à “massa falida da Companhia Internacional Cinematográfica” (*Jornal do Commercio*, 18 maio 1914, p. 8).

[228] Emílio Guimarães aparentemente viajou pela Europa e América do Sul entre 1909 e 1911. Já Leal teria se mudado para a Europa por volta de 1914, mas devido à Primeira Guerra Mundial, estava de volta ao Rio de Janeiro no ano seguinte. Sobre a retomada da carreira de Leal no Brasil, ver R. L. Freire, “O cinema no Rio de Janeiro (1914-1929)”, em F. P. Ramos e S. Schvarzman (orgs.), *Nova história do cinema brasileiro*, São Paulo: Edições Sesc SP, 2018, v. 1,

cinégrafistas, representando uma segunda geração de profissionais que se sustentaria quase exclusivamente da “cavação”, buscando financiamento para seus filmes naturais junto a fazendeiros, capitalistas ou políticos.

Aliás, a realização de filmagens sob encomenda para governantes brasileiros, com fins de propaganda no exterior, tal como Leal fizera desde 1907, se tornaria uma opção de trabalho para um número maior de cinégrafistas locais. Filmes sobre a cultura do café e a extração da borracha, por exemplo, foram realizados especialmente para exibição no cinematógrafo localizado no andar térreo do Pavilhão do Brasil, na Exposição Universal e Internacional de Bruxelas, na Bélgica, em 1910.²²⁹ No ano seguinte, Guido Panela realizou filmagens no estado do Rio Grande do Sul e Aristides Junqueira, em Minas Gerais, ambas destinadas à Exposição Internacional de Turim, na Itália.²³⁰ Também em 1911, filmes sobre o combate à febre amarela e sobre a descoberta da doença de Chagas foram exibidos na Exposição Internacional de Higiene, em Dresden, na Alemanha.²³¹ Em 1914, Alfredo Musso exibiu para convidados filmagens sobre a capital federal que planejava levar para a Exposição Internacional de Lyon, na França.²³²

pp. 258-262. Ver também: A. D. Trusz, “Emílio Guimarães: as múltiplas identidades de um produtor de imagens no Brasil dos anos 1910”, em *Significação*, n. 36, 2011, p. 69.

[229] O cinégrafista Joseph Arnaud ofereceu à câmara municipal de Campinas seus serviços para a realização de filmagens da cidade para exibir “nas principais cidades da Europa e especialmente na exposição de Bruxelas, onde o governo federal mandou instalar um aparelho para a propaganda do nosso país” (*Correio Paulistano*, 2 jun. 1910, p. 1). Ver também “O Brasil na Exposição de Bruxelas”, *O Paiz*, 22 abr. 1910, p. 2; Martinho Alves da Costa Júnior, “O Brasil na exposição Internacional de Bruxelas, 1910”, em *19&20*, v. 12, n. 1, jan.-jun. 2017. Disponível em <http://www.dezenovevinte.net/arte%20decorativa/macj_bruelas.htm>. Acesso em 13 jul. 2021.

[230] A. D. Trusz, “A produção cinematográfica no Rio Grande do Sul (1896-1915)”, em F. P. Ramos e S. Schvarzman (orgs.), *Nova história do cinema brasileiro*, São Paulo: Edições Sesc SP, 2018, v. 1, pp. 66-67; Sheila Schvarzman, “O cinema silencioso em Minas Gerais (1907-1930)”, em F. P. Ramos e S. Schvarzman, *Nova história do cinema brasileiro*, São Paulo: Edições Sesc SP, 2018, v. 1, p. 128. Um dos intuítos da exibição no exterior de filmes sobre as belezas do Brasil era atrair emigrantes europeus para o país, o que atenderia aos objetivos de embranquecimento da população brasileira de acordo com as teorias racistas do movimento eugenista em voga na época.

[231] Esses filmes foram restaurados pela Fundação Oswaldo Cruz e compõem o documentário *Cinematógrafo brasileiro em Dresden* (dir. Eduardo Thielen e Stella Penido, 2011). Não se sabe que cinégrafista os realizou.

[232] *O Paiz*, 3 jun. 1914, p. 4. A presença crescente do cinema como instrumento de propaganda do Brasil nesses eventos internacionais durante esse período não foi o foco da pesquisa

No Rio de Janeiro, onde a produção ficcional foi intensa entre 1908 e 1911, os pioneiros que permaneceram em atividade se dedicaram, principalmente, à realização de filmes de atualidade, a exemplo de Julio Ferrez, que jamais retornou às fitas posadas. Não demandando capitais tão vultuosos, iniciativas de produção de atualidades locais (ou de filmes naturais, em geral) passaram a se desenvolver, inclusive, fora das capitais na primeira metade da década de 1910, em cidades como Barbacena, Pelotas ou Ribeirão Preto.

Como maior exibidora da capital federal, a CCB foi a principal compradora de filmes locais, mas, mesmo assim, em um número proporcionalmente bastante pequeno. Alguns dados sobre a metragem de filmes brasileiros adquiridos pela companhia em relação ao total de filmes importados revelam uma participação absolutamente marginal: em tabelas disponíveis na documentação do fundo Família Ferrez, referentes a abril de 1913, março de 1914 e abril de 1914, os filmes brasileiros representavam cerca de 1% da metragem total adquirida pela CCB nesses meses.²³³ A produção local adquirida pela companhia distribuidora consistia em filmes naturais realizados por Alberto e Paulino Botelho, Alfredo Musso ou João Stamato.

Por outro lado, refletindo a tendência mundial, em curso entre 1910 e 1914, de consolidação dos cinejornais – definidos como a reunião de filmes naturais breves sobre diferentes assuntos em um único rolo –, surgiram nesse mesmo período os primeiros cinejornais locais. Produzidos em parceria com grandes exibidores de cada região, cinejornais lançados na primeira metade da década de 1910, como a pioneira versão nacional do *Pathé Jornal*, no Rio de Janeiro; seguido do *Bijou-Jornal*, em São Paulo; o *Cine-Jornal Brasil*, no Rio de Janeiro; o *Recreio-Ideal Jornal*, em Porto Alegre; o *Pará Films Jornal*, em Belém; ou o *Lindemann-Jornal*, em Salvador, foram marcados por relativa descontinuidade e irregularidade, em maior ou menor medida.²³⁴

de Eduardo Morettin. Se restringindo às iniciativas estrangeiras, o historiador considerou que, entre 1904 e 1913, o lugar do cinema nas exposições universais permaneceu sem maior destaque. Ver Eduardo Victorio Morettin, “As exposições universais e o cinema: história e cultura”, em *Revista Brasileira de História*, v. 31, 2011, p. 236.

[233] Relação do movimento do livro de entradas de filmes durante o mês de abril de 1913, FF:FMF 2.2.3.5.3.6, AN; Relação dos valores dos filmes e cartazes entrados em março de 1914, FF:FMF 2.2.2.5.3.18, AN; Relação dos filmes e cartazes entrados em abril de 1914, FF:FMF 2.2.2.5.3.18, AN.

[234] Anotações de Adhemar Gonzaga de entrevista com Raul Pederneiras indicaram como

Dessa forma, as atualidades locais continuaram mais comuns que os cinejornais nacionais. Nos primeiros quatro meses de 1914, por exemplo, o lançamento de filmes brasileiros nos principais cinemas cariocas, a julgar pelos anúncios nos jornais, se concentrou na produção de Botelho e Musso, exibida sob o título genérico de “Actualidades nacionais” no Odeon, enquanto o cinema Pathé geralmente exibia o *Pathé Journal* e o *Avenida*, o *Gaumont Journal*. Nesse período, a AGC, por sua vez, distribuiu regularmente o *Éclair Journal* para as salas que exibiam seus filmes, enquanto o Parisiense de Staffa projetava o cinejornal estrangeiro não identificado *Cine Gazeta* sobre “acontecimentos mundiais”.

Quanto ao tema das atualidades nacionais, além do registro de cerimônias militares, eventos sociais, visitas de autoridades e modernas obras de engenharia, havia a valorização de reportagens cinematográficas sobre fatos recém-ocorridos, exibidas nos cinemas “ao mesmo tempo dos jornais diários”.²³⁵ Um acontecimento de grande repercussão, como a passagem pelo Rio de Janeiro do príncipe Henrique e da princesa Irene da Prússia, por exemplo, mereceu a exibição simultânea de “duas edições diferentes” de filmes nacionais de atualidade, um sobre a recepção às autoridades (produzido por Musso e exibido no Odeon) e outro sobre a visita deles à capital (produzido por Botelho e exibido no *Avenida*).²³⁶ A principal janela para o cinema não ficcional nacional permanecia

primeiro cinejornal brasileiro semanal o *Pathé Journal*, feito por Emílio Guimarães para o primeiro cinema Pathé, que tinha, em seu final, caricaturas feitas pelo próprio Raul (Arquivo Cinédia). Pesquisas em jornais confirmaram o lançamento do primeiro número do *Pathé Journal* em 31 de março de 1910, com “assuntos nacionais – atualidades”, confirmando sua diferença para o cinejornal francês homônimo. O *Bijou-Journal* começou a ser exibido em setembro de 1910, sendo realizado por Alberto Botelho para exibição no Bijou-Theatre, de Serrador; o *Cine-Jornal Brasil*, em janeiro de 1912, por Paulino Botelho para o Odeon, de Zambelli; o *Recreio-Ideal Journal* em julho de 1912, por Emílio Guimarães para o Recreio Ideal de Damasceno Ferreira; o *Pará Films Journal* em agosto de 1912, por Ramón de Baños para o salão Rio Branco de Joaquin Llopes; o *Lindemann-Journal* por Diomedes Gramacho e José Dias da Costa para o Teatro São João de Ruben Guimarães, aproximadamente nesse mesmo período. Ver Luke McKernan, “Newsreels”, em R. Abel (org.), *Encyclopedia of Early Cinema*, Londres e Nova York: Routledge, 2005, p. 687; A. D. Trusz, “Emílio Guimarães: as múltiplas identidades de um produtor de imagens no Brasil dos anos 1910”, em *Significação*, n. 36, 2011, pp. 69-71; Pere Petit, “Ramón de Baños, um pioneiro do cinema catalão em Belém do Pará nos tempos da borracha (1911-1913)”, em *O Olho da História*, n. 14, dez. 2010, pp. 11-12; S. Boccanera Júnior, *Os cinemas da Bahia: 1897-1918*, 2 ed., Salvador: Edufba, 2007, pp. 29-30.

[235] *Correio da Manhã*, 6 abr. 1914, p. 14.

[236] *Gazeta de Notícias*, 1º abr. 1914, p. 10.

sendo o período do carnaval, durante o verão que levava os ricos da capital federal para o ameno clima montanhoso de Petrópolis, enquanto os cinemas cariocas reprisavam filmes estrangeiros. Passado o feriado, o público mostrava grande interesse em assistir às filmagens dos festejos recém-ocorridos, o que representaria um veio fértil e duradouro para os cinegrafistas brasileiros.²³⁷

A produção local ficou restrita nesse início de década, portanto, aos filmes naturais, que ocuparam espaço marginal no mercado cinematográfico brasileiro. A concorrência entre os exibidores e distribuidores se dava quase exclusivamente através da disputa entre filmes estrangeiros europeus. Além disso, o programa cinematográfico passava a ser cada vez mais estruturado em torno de um filme ficcional dramático estrangeiro de maior duração como atração principal, o que era evidenciado pelo anúncio de uma distribuidora que listava seus mais importantes lançamentos futuros, observando, contudo, que “não mencionamos os filmes cômicos, nem jornais, nem científicos, nem naturais – apenas dramas”.²³⁸

Foi nesse cenário do início de 1914 que, com a CIC fora de campo, a principal concorrência à CCB no setor de distribuição, além de Staffa, passou a ser a Agência Geral Cinematográfica (AGC), de Jules Blum e Alberto Sestini. O contrato assinado com a CCB, em setembro de 1913, foi realmente um arranjo temporário que foi rompido com estardalhaço já em março de 1914. Cerca de um ano após o lançamento de *Quo Vadis?*, a estreia de *Spartaco* (*Spartaco ovvero il gladiatore della Tracia*, dir. Giovanni Enrico Vidali, 1913), épico histórico italiano produzido pela Pasquali, marcou o início da concorrência direta e agressiva entre a CCB e a AGC no campo da distribuição de filmes.

Em meio às acusações mútuas, uma carta enviada a Leon Jacob pela sucursal carioca da CCB – certamente escrita pelos Ferrez – foi publicada pelo gerente da filial de Recife no jornal pernambucano *A Província*. Seu objetivo era oferecer uma explicação pública das razões para um filme da Pasquali, cuja exclusividade vinha sendo alardeada pela CCB, passar a ser distribuído pela concorrente AGC. Escrevendo a Jacob, os Ferrez exprimiram o ponto de vista

[237] Em fins de fevereiro de 1914, por exemplo, os cinemas Pathé e Odeon exibiram conjuntamente um programa excepcionalmente composto por três fitas nacionais de atualidades, sendo uma delas *Apoteose do carnaval de 1914*, de Musso, enquanto o Parisiense projetava *O carnaval de 1914 no Rio de Janeiro*, provavelmente de Botelho. A produção de filmes naturais sobre o carnaval carioca manteve-se constante nos anos seguintes.

[238] *A Província*, 22 abr. 1914, p. 3.

a respeito da relação de CCB com Blum & Sestini, a qual Marc Ferrez vinha defendendo ao longo de 1913:

Sobre fitas extras que as fábricas Pasquali ou Cines entenderem editar, só podemos confirmar os termos de nossas cartas anteriores, e do que já vos tínhamos dito em quase todas as missivas ultimamente; resume-se no seguinte: Não aceitaremos terminantemente qualquer abuso das fábricas ou dos agentes em quererem cobrar maior preço por fitas que saem um pouco do comum quando as fábricas mais importantes, como sejam Pathé Frères e Gaumont, incluem nos seus preços comuns as fitas que tem a ventura de editar com a interpretação de grandes artistas ou com grandes encenações. Inúmeros exemplos podemos colher nas fitas de Pathé e Gaumont e mesmo na escola italiana [...]. Assim, pois, podeis dar todas as satisfações que quiserdes aos vossos fregueses e amigos, dizendo-lhes que a CCB comprará as fitas de Cines ou Pasquali quando estas lhes convierem, ou quando não vejam nesta venda um abuso por parte das fábricas. Outrossim, declara que a fita *Spartaco* foi oferecida para compra por seus agentes pela quantia de 25:000\$000 para exclusividade no Brasil de cinco cópias, sendo rejeitada por achar que o verdadeiro custo para as cinco cópias devia ser de 16:350\$000.²³⁹

Recusado pela CCB, *Spartaco* foi realmente distribuído pela própria AGC, que precisou buscar alternativas às salas da companhia de Serrador, fazendo uso da estratégia que distribuidores americanos também utilizavam nos Estados Unidos, qual seja, a de apelar para o aluguel de teatros. Estreando em fevereiro, em São Paulo, *Spartaco* foi lançado no Teatro Guarany, sendo exibido, em março, no Teatro Santa Isabel, em Recife, e no Teatro Phenix, no Rio de Janeiro.

Na verdade, os filmes da AGC já vinham sendo exibidos no Teatro Phenix, na capital federal, desde a sua inauguração, em 26 de fevereiro de 1914, por Angelo Balloni, principal sócio da empresa H. Balloni & C.²⁴⁰ Localizado na

[239] *A Província*, 16 mar. 1914, p. 4. Anúncios da AGC diziam que a exclusividade de *Spartaco* para o Brasil havia sido comprada por 85 contos de réis da fábrica italiana, provavelmente inflacionando os valores novamente para fins publicitários (*Correio da Manhã*, 25 jan. 1914, p. 16; *Correio Paulistano*, 29 jan. 1914, p. 5).

[240] Antes do Teatro Phenix, a sala lançadora da AGC vinha sendo o cinema Íris, que anunciava ser “fornecido exclusivamente pela Agência Geral Cinematográfica Blum e Sestini” (*Correio da Manhã*, 28 nov. 1913, p. 13).

rua Barão de São Gonçalo (onde hoje fica a avenida Almirante Barroso), ao lado do Palace Hotel (que ocupava a esquina com a avenida Rio Branco), era dotado de 819 lugares.²⁴¹ *Spartaco* estreou no dia 16 de março no Phenix, então, tendenciosamente descrito como a “melhor sala de espetáculos da capital depois do teatro municipal”,²⁴² dotada ainda de uma orquestra de damas vienenses.²⁴³ Com anunciados 3.000, 3.200 ou 3.800 metros a depender do anúncio, *Spartaco* estreou em duas cópias no Rio de Janeiro (além do Phenix, no cinema Paris), em sessões iniciadas a cada 80 minutos. Já em Recife, na exibição especial no Santa Isabel, dia 12 de março, o tempo de projeção anunciado foi de 150 minutos, com acompanhamento de 15 músicos na orquestra: “Assistir, portanto, à exibição de *Spartaco* equivale a assistir a um espetáculo lírico”.²⁴⁴

Entretanto, como os Ferrez já previam, os filmes de AGC passaram a ser lançados na nova sala que Arnaldo Gomes de Souza inaugurou, o que colaborou para a decadência posterior do Phenix.²⁴⁵ É preciso destacar que passava a ser propagada uma nova concepção da sala de cinema, dotada de especificidades técnicas em relação a outras salas de espetáculo. Uma reportagem que questionava o porquê de alguns cinemas permanecerem funcionando com sucesso há alguns anos, enquanto outros tinham desaparecido sem deixar lembranças, explicitava as diferentes características que uma sala de projeção de filmes implicava:

Todos nós havíamos sempre visto projeções cinematográficas em teatros, quer no Lírico, quer no velho S. Pedro, no Apollo ou no Recreio e nunca havíamos tido satisfação. Faltava algum encanto, alguma coisa que não sabíamos definir...

Às vezes, éramos obrigados a ver imagens intermináveis [*incompletas*], outras vezes completamente achatadas e quase sempre a ficar com o pescoço torto

[241] No local, existiu o antigo Theatro Phenix Dramática, demolido para a construção da avenida Central e reconstruído pelo milionário empresário Eduardo Guinle, que faleceu em 1912, antes da inauguração do novo Theatro Phenix (*Correio da Manhã*, 27 fev. 1914, p. 4; *O Imparcial*, 26 fev. 1914, p. 6).

[242] *O Paiz*, 16 mar. 1914, p. 5.

[243] *O Paiz*, 20 mar. 1914, p. 16.

[244] *Diário de Pernambuco*, 12 mar. 1914, p. 5.

[245] Com o aluguel mensal de 12 contos de réis atrasado, em julho de 1914 Balloni recebeu ordem de despejo do Phenix, mas conseguiu protelar sua saída. Dois meses depois, Luciano Ferrez dizia que o Phenix seguia aberto, projetando fitas antigas, alugadas à CCB por 30 mil réis o dia (Carta de Luciano a Julio Ferrez, 1º set. 1914, FF:JF: 2.1.1.1, AN).

conforme a posição das malfadadas cadeiras teatrais em relação ao pano [tela]. Lembrávamo-nos então das nossas noções elementares de ótica e de física, e lamentávamos sinceramente que houvesse por este mundo afora empresários desalmados que calcassem aos pés tão elementares regras e nos infligissem à custa de vossas bolsas o suplício torturante de ficar horas e meias horas com a cabeça derreada para trás ou com os olhos esbulhados em adivinhar o que faziam no pano as figuras esguias que lá se agitavam.

Tanto esse texto (uma propaganda disfarçada da CCB), quanto anúncios dos próprios cinemas Pathé, Avenida e Odeon, passavam a destacar como elemento fundamental dos melhores cinemas o posicionamento dos espectadores “no eixo ótico da projeção”. Criticavam, desse modo, teatros como o Phenix, que mantinham o tradicional formato de ferradura, com camarotes e frisas posicionados lateralmente à tela, sem atender às modernas exigências de visibilidade do espetáculo cinematográfico.²⁴⁶

Nesse sentido, a AGC trocaria o Phenix por uma nova sala especialmente planejada para funcionar como cinema, embora ainda dotado de camarotes ladeando a tela no balcão. A ligação com a empresa distribuidora era óbvia já que o cinema foi nomeado com a marca francesa exclusiva de Jules Blum. O Éclair Palace abriu suas portas em 11 de abril de 1914, no número 181 da avenida Rio Branco (ao lado do Parisiense), como resultado do investimento das economias de Arnaldo Gomes de Souza. Com localização privilegiada, o Éclair Palace tinha 700 cadeiras de primeira classe, 200 de segunda classe, e 24 camarotes para cinco pessoas cada, totalizando 1020 lugares, além de orquestra com seis músicos na sala de espera, e doze na sala de projeções.²⁴⁷ Com a maior lotação dentre todos os cinemas da avenida Rio Branco, tratava-se de uma nova alternativa às três salas da CCB e ao Parisiense de Staffa para estreia dos filmes da AGC no Rio de Janeiro.

[246] *Gazeta de Notícias*, 18 mar. 1914, p. 12; *Gazeta de Notícias*, 19 mar. 1914, p. 5. No formato de ferradura, a localização dos camarotes e frisas (os assentos mais caros dos teatros) era decorrente do desejo de seus ocupantes de estarem mais perto dos artistas (sendo as mais bem posicionadas para a visão do proscênio), mas também de serem bem vistos pelos demais espectadores da plateia. Sobre essas mudanças no contexto dos Estados Unidos, ver William Paul, *When Movies Were Theater: Architecture, Exhibition, and the Evolution of American Film*, Nova York: Columbia University Press, 2016.

[247] *A Época*, 12 abr. 1914, p. 9. As plantas da construção do cinema, em 1913, encontram-se no Arquivo Geral da Cidade do Rio de Janeiro.

Além de seguirem a tendência de ampliação do número de lugares, as salas de cinema cariocas se consolidavam como espaço por excelência para os então chamados *flirts*. Em revistas ilustradas como *O Malho* e *Careta*, multiplicaram-se as anedotas e charges (figuras 19, 20 e 21) sobre as salas de espera dos cinemas como locais privilegiados para trocas de olhares, sobre os encontros amorosos no escurinho da sala de projeção e, ainda, sobre a atuação dos “bolinas” nesses ambientes: homens que se aproveitavam da proximidade entre os assentos para um contato físico inicial mais ou menos discreto, roçando as pernas das moças, encostando em seus joelhos ou mesmo dando-lhes beliscões.

A importância (e atratividade) da escuridão da sala de projeções era justificada numa historieta cômica em que um amigo explicava sua função ao colega:

És um idiota! Pois acredita que ainda haja gente que vá aos cinematógrafos para apreciar fitas?! És tolo! O povo frequenta os cinemas justamente porque se escurece o salão enquanto as fitas se projetam na tela. Não há nada como a *fita* de um salão cinematográfico às escuras. [...] Supõe, meu amigo, que tu tens uma namorada de quem gostas muito, mas com a qual não te queres casar. Ora, é claro que não pensando tu em casar, alguma outra coisa desejas. Não podes, porém, dar cumprimento aos teus intentos porque... os velhos não largam a pequena; vigiam-na acuradamente. Que fazer, nesse caso? [...] Levas a pequena ao cinema, levas os velhos também (porque não faz mal que eles vão). O programa é composto de cinco fitas, por consequência o salão escurece quatro vezes e nessas quatro vezes que o salão escurece tens tu tempo, meu caro, de... tu bem sabes de quê. Imaginas agora se, indo tu com as intenções que acabo de citar a um cinematógrafo, o salão não escurecesse durante a exibição das fitas! [...]

Cinematógrafo... só com o salão às escuras.²⁴⁸

A importância da sala de espera dos cinemas para a sociabilidade do público que frequentava esses espaços, por sua vez, era ressaltada no relato de um americano que notava a diferença entre os cinemas brasileiros e os de seu país:

No Rio de Janeiro, as melhores salas de cinema não seguem o costume [dos Estados Unidos] de permitir que seus frequentadores entrem e saiam à vontade. Um filme é anunciado em determinada hora da tarde ou da noite; na

[248] Zéantone, “Plat du jour”, em *Rio Nu*, 11 maio 1912, p. 3.

hora marcada as portas são fechadas, ou na maioria dos casos uma cortina pesada e bastante decorada é baixada, e o espetáculo no auditório começa suas funções. Um arranjo bastante inovador também observado em outras cidades brasileiras é a sala de espera imediatamente em frente à entrada propriamente dita. Após a compra do ingresso, o espectador entra num saguão ou corredor, acomoda-se numa confortável poltrona e aguarda o término da primeira parte do programa, cujo tempo pode ser de alguns minutos ou meia hora. Às vezes, a multidão fica congestionada e todos os assentos da sala de espera são ocupados; em tais casos, o bilheteiro suspende a venda de ingressos e a multidão permanece na rua, mas as brilhantes luzes elétricas (se for noite) e a música da orquestra continuam a aumentar o número de clientes à espera.²⁴⁹

Com ventiladores, plantas, fontes, quadros, espelhos, pufes, sofás e poltronas, as salas de espera eram, frequentemente, mais decoradas, luxuosas e confortáveis do que as próprias salas de projeção, e dotadas ainda da atração de orquestras próprias e *buffets* para venda de bebidas e guloseimas. Nesse sentido, outro escritor americano notou o papel fundamental das salas de espera dos cinemas na vida social (e amorosa) dos cariocas.

Pois a sala de espera é de grande importância no Rio. De certo modo, ela ocupa o lugar de uma praça central ou passeio onde os dois sexos podem vir e se admirar, e muitas vezes fica lotada imediatamente após o fechamento da entrada da sala de exibição propriamente dita, por pessoas que sabem muito bem que devem sentar-se lá uma hora inteira antes da sessão terminar. Na verdade, jovens almofadinhas às vezes entram e ficam uma ou duas horas admirando os encantos femininos na sala de espera e depois saem, sem nem sequer terem dado uma espiada nas projeções lá dentro.²⁵⁰

[249] William A. Reid, "Going to the Movies in South America", em *Bulletin of the Pan American Union*, v. 42, jan.-jun. 1916, p. 497. Tradução do inglês. Na verdade, salas de espera foram comuns desde a abertura dos primeiros espaços dedicados a exibições cinematográficas no Brasil, permanecendo como um elemento fundamental e distintivo na arquitetura dos cinemas lançadores por muitos anos. A exibição contínua durante todo o dia, com a possibilidade de os espectadores entrarem livremente na sala de projeções, começou ser praticada no Rio de Janeiro, entre 1914 e 1915, justamente com o nome de "sistema norte-americano".

[250] Harry Franck, *Working North from Patagonia: Being the Narrative of a Journey Earned on*

Voltando ao campo da distribuição de filmes, a disputa entre a AGC e a CCB pode ser melhor apreendida no Recife, onde as principais salas de exibição não pertenciam a nenhuma dessas duas empresas distribuidoras. Na capital pernambucana, o embate ganhou as páginas da imprensa local já em fins de 1913, quando a AGC, que então distribuía apenas os filmes representados por Jules Blum, abriu uma sucursal em Recife para atender a todo o Norte do Brasil: “A Agência Geral Cinematográfica não teme confronto; as suas fábricas são demasiadamente conhecidas, estão bem impressas no espírito de todo o público e são portanto as mais procuradas. As primeiras marcas do mundo pertencem à Agência Geral Cinematográfica”.²⁵¹

A disputa passou a ser travada mais abertamente após os vários acontecimentos de março de 1914: a estreia de *Spartaco*, o distrato com a CCB e, conseqüentemente, os anúncios publicados pela AGC informando que, “de hoje em diante”, as produções da Cines e Pasquali passavam a ser alugadas exclusivamente por Blum & Sestini.²⁵²

Em fins de abril de 1914, a CCB e a AGC trocaram acusações pelas páginas do jornal recifense *A Província*. Num anúncio em que a AGC descrevia sua longa atuação como “agentes de fitas cinematográficas”, Blum & Sestini falavam diretamente do concorrente:

Durante esse longo prazo houve uma pequena interrupção [em nossos trabalhos] – o da duração do contrato com a Companhia Cinematográfica Brasileira que tentou ficar senhora de todo o mercado. Não tendo conseguido os seus desejos, não só quanto à exploração de cinemas, rescindiu seu contrato e hoje é um freguês como outro qualquer, ressaltado um pequeno número de fábricas, cujos contratos estão a findar. A Cines e a Pasquali já lhe não pertencem vai para um mês. No Rio de Janeiro não tem conseguido satisfazer a curiosidade e o interesse do público, tanto assim que o Éclair Palace e o Phenix estão empolgando o mundo carioca, que se satisfaz e se extasia ante suas telas. Os capolavoros de Cines, Pasquali, Aquila, Volsca, Celio, Roma, Gloria, Savoia,

the Way, Through Southern and Eastern South America, Nova York: The Century, 1921, p. 263. Tradução do inglês.

[251] *A Província*, 7 dez. 1913, p. 7. Em 1914, a AGC tinha agências em São Paulo, Recife e Porto Alegre, além da sede no Rio de Janeiro.

[252] *O Paiz*, 27 mar. 1914, p. 13; *A Província*, 17 mar. 1914, p. 5.

Lucca-Comerio são todos italianos e representam os resultados do trust de fábricas francesas. A França não produz Capolavoros.²⁵³

Outro anúncio da AGC que listava os grandes sucessos da empresa e incluía filmes como *Quo Vadis?*, *Os últimos dias de Pompeia* e *Cleopatra*,²⁵⁴ mereceu resposta da CCB como um “alerta aos exibidores”. De fato, a CCB lembrava “que as referidas produções constituem suas exclusividades, pagas por bom preço, quando ela mantinha contratos com estes agentes”, só podendo ser alugadas pela própria CCB. O anúncio explicitava, publicamente, o motivo do fim das relações entre a CCB e a AGC: “Ditos contratos, justamente rescindidos com as apresentações dos filmes *Spartaco* (oferecido à CCB por vinte e cinco contos) e *Herança de ódio* [*Retaggio d'odio*, dir. Nino Oxilia, 1914] (por preço desarrazoado). Isto é que é a verdade”.²⁵⁵

Um ano antes, a CCB já tinha justificado a perda da Cines para Alberto Sestini pelos “altos preços”. Entretanto, a CCB fechou novo contrato com o agente em setembro de 1913. Sete meses depois, a companhia dava novamente como justificativa para o fim das relações com Sestini o alto preço cobrado pelos grandes filmes longos.

A rescisão, aliás, foi um dos temas principais do embate pelos jornais. A AGC publicou o texto do distrato tal como teria constado em cartório, informando como motivo para a rescisão o não pagamento pela CCB de fatura já vencida, motivo pelo qual foram intimados “Luciano e Julio Ferrez, representantes da referida Empresa nesta capital”, que teriam tomado ciência, mas afirmado não terem poderes para receber intimações judiciais, uma vez que a sede da empresa era em São Paulo.²⁵⁶ Ou seja, a CCB era acusada publicamente de ser má pagadora, com a humilhante divulgação da notificação judicial que deve ter aborrecido sobremaneira os Ferrez, preocupados com a reputação da família frente ao meio cinematográfico e à sociedade carioca.

No dia seguinte, a CCB fez publicar, de forma idêntica, sua resposta, tal como também teria constado em cartório, no dia seguinte à intimação. A resposta descrevia o distrato do contrato originalmente assinado com Blum &

[253] *A Província*, 22 abr. 1914, p. 3

[254] *A Província*, 28 abr. 1914, p. 3.

[255] *A Província*, 30 abr. 1914, p. 3.

[256] O texto da rescisão era datado de 23 de março de 1914 (*A Província*, 13 maio 1914, p. 4).

Sestini, com o acerto de todas as pendências. Assim, a CCB dizia provar “ter sido pequeno o tempo de espera pelo dinheiro da mesma Companhia que, nos dois últimos semestres, comprou 300 contos de réis de filmes Cines e Pasquali, ou seja, 53 contos de réis por mês”.²⁵⁷ Novamente, a CCB acusava Blum e Sestini de cobrarem preços exorbitantes, mas sem negar o atraso no pagamento.

Se os grandes épicos históricos, na visão, por exemplo, de Marc Ferrez, já estavam se esgotando e se repetindo com *Spartaco*, o cinema italiano teria um novo trunfo. Começavam a chegar ao Brasil os dramas estrelados por atrizes como Lyda Borelli, em produções da Cines, que seriam alçadas ao posto de divas e arregimentariam muitos admiradores entre os espectadores brasileiros. A força do cinema italiano ainda estava num crescente, como o enorme sucesso dos filmes estrelados por Francesca Bertini logo provaria. A CCB sentia a concorrência da AGC, mas achava que o tempo era seu aliado. Em telegrama enviado de Paris para a filial carioca da CCB, em abril de 1914, era recomendado: “produção italiana inteiramente monopolizada [por] Sestini. Devem evitar qualquer compra. Sestini não conseguirá manter muito tempo tantos contratos”.²⁵⁸ Mas esse cenário teria mudanças imprevistas. Afinal, o clima belicoso no campo da distribuição de filmes no Brasil se agravou ainda nos meses seguintes.

[257] *A Província*, 14 maio 1914, p. 4.

[258] Telegrama de Paris para Rio de Janeiro, 18 ago. 1914, FMF 2.2.2.5.1, AN. Tradução do francês.

Capítulo 4

A crise do mercado: 1914–1915

O acirramento da crise

A crise econômica e política do Brasil se aprofundou nos primeiros meses de 1914. Em abril, o presidente Marechal Hermes da Fonseca decretou estado de sítio, mais um dos vários atos autoritários e repressivos que marcaram seu governo, iniciado quatro anos antes. A concorrência à borracha e a queda do preço internacional do café afetaram as exportações brasileiras, ao mesmo tempo que a continuidade no aumento das importações prejudicou a balança comercial do Brasil. Com a retração dos capitais internacionais diante da iminência da guerra na Europa, aumentaram as dificuldades de o governo brasileiro arcar com o pagamento da dívida externa.

A deterioração da economia do país e a crescente concorrência no campo da distribuição e exibição cinematográfica começaram a prejudicar mais sensivelmente os negócios da CCB. Se a renda dos cinemas da filial carioca da CCB, em janeiro e fevereiro de 1914, foram “melhores do que os de 1913, os quais foram melhores que 1912”, essa boa fase foi interrompida pela crise que começou a se espalhar pelo Brasil, entre março e abril, com as rendas dos cinemas decrescendo a partir daí.¹ Nesse sentido, o resultado das receitas dos três cinemas da avenida Rio Branco no primeiro semestre de 1914 foram inferiores ao mesmo

[1] Carta de Luciano para Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 20 fev. 1915, FF:JF 2.1.1.1, AN. Tradução do francês.

período em 1913.² Em junho, tanto o Pathé quanto o Avenida chegaram a fechar o mês com prejuízo, embora o Odeon tenha tido um bom resultado.³ Mas nesse mesmo mês, os cinemas Éden (em Niterói), Politeama (Juiz de Fora) e Comércio (Belo Horizonte) já tinham sido alugados.

Em São Paulo, a situação não era melhor, pois quatro salas do circuito da CCB (Theatro São Paulo, Skating-Palace, Ideal e Barra Funda) ficaram no vermelho no balanço total de janeiro a junho de 1914.⁴ Por outro lado, embora as rendas brutas dos três cinemas cariocas continuassem maiores do que a de todos os cinemas paulistas da CCB juntos, por terem as despesas mais altas, o lucro das salas da avenida Rio Branco caiu mais acentuadamente.⁵

Se a CCB era afetada pelo cenário geral, os planos da Empresa Cinematográfica Arnaldo foram ainda mais prejudicados, sobretudo diante dos altos investimentos e elevado custo de manutenção do recém-inaugurado Éclair Palace

[2] A queda nas receitas em comparação com o mesmo período do ano anterior foi de 36% (Avenida), 12% (Odeon) e 6% (Pathé).

[3] Ricardo Figueiredo. Quadro comparativo, semestral, da Receita dos Cinemas no exercício de 1913-1914, 7 ago. 1914, FF:FMF 2.2.2.5.3.23.1, AN.

[4] Companhia Cinematográfica Brasileira. Relatório da matriz da CCB, 30 jun. 1914, FF:FMF 2.2.1.4.3, AN.

[5] Sem se atentar para isso, Julio Lucchesi Moraes escreveu: “Já no Rio, onde a sucursal da CCB contava com o controle direto de apenas quatro cinemas, os resultados anuais renderam um total de 670:300\$620, isto é, quatro salas da capital lucraram quase 25% a mais do que as onze salas da matriz paulista”. Apesar de apontar corretamente para a enorme lucratividade das salas da avenida Rio Branco, Moraes comete alguns equívocos. A quarta sala da CCB mencionada por ele, o Éden, na verdade ficava em Niterói, não na cidade do Rio de Janeiro. Além disso, ele cita como fonte desses dados o “Relatório da Diretoria da CCB, 29/11/1914”, quando, na verdade, tratam-se de números do Relatório da Matriz da CCB, de 30 de junho de 1914, referentes, portanto, somente ao primeiro semestre de 1914, não ao ano todo. O fato é que se computarmos o total de salas sob a responsabilidade da sucursal carioca (também a de Niterói e as duas de Minas Gerais) e as sob o controle da Matriz em São Paulo (as duas salas de Santos, além dos cinemas da capital paulistana) as rendas totais da matriz e da sucursal no primeiro semestre de 1914 foram muito próximas. Nesse período, a sala de cinema paulistana com maior renda era o recente Pathé Palace, inaugurado em 30 de maio de 1913, que, ainda assim, era inferior a qualquer uma das três salas da avenida Rio Branco. É preciso destacar ainda que o circuito de salas paulistanas da CCB cresceu de oito para onze salas entre 1913 e 1914, com a incorporação dos cinemas Ideal, Skating-Palace e Barra Funda. Ver Julio Lucchesi Moraes, “O magnata de Valência: capitalistas, bicheiros e comerciantes do primeiro cinema no Brasil (1904-1921)”, em *Revista Movimento*, n. 1, jun. 2012, p. 10; Companhia Cinematográfica Brasileira, Relatório da matriz da CCB, 30 jun. 1914, FF:FMF 2.2.1.4.3.2, AN.

sem o devido respaldo financeiro. Em carta ao irmão, Luciano Ferrez dizia que os espectadores que não encontravam lugar no Parisiense se recusavam a ir ao vizinho Éclair Palace.⁶

Enquanto o cinema de Arnaldo Gomes de Souza agonizava, em 16 de julho de 1914 foi inaugurado o cinema Palais, de Gustavo José de Mattos. A sala abriu suas portas no local do antigo cinema Pathé, na avenida Rio Branco, ancorado na fortuna de seu proprietário e representando uma alternativa de cinema lançador para a AGC.⁷ Dotado de duas salas de projeção, tal como o Odeon, o cinema Palais foi divulgado como “a mais luxuosa casa da América do Sul”.⁸ Importante ressaltar que a escolha por duas salas era decorrente, também, da necessidade de diminuir o tempo de espera do público pelo início da sessão (ou por um dos intervalos), diante de filmes cada vez mais longos.⁹

Como sinal de prestígio de Mattos, a inauguração do Palais contou com a presença do presidente Hermes da Fonseca, mas os fatos descritos na imprensa dão uma amostra da tensão política no país em meio ao que a oposição chamava de “ditadura presidencial”. Ao chegar atrasado para a concorrida sessão de inauguração, acompanhado de sua esposa (a bem mais jovem Nair de Teffé, com quem se casara após a viuvez) e numerosa comitiva, o presidente não encontrou assento vago. Recebido friamente pelo público, aparentemente nenhum dos presentes se dispôs a lhe ceder um lugar. Tendo que se acomodar numa improvisada cadeira extra, o presidente teria se sentado “ao pé do

[6] Carta de Luciano para Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 24 jul. 1914, FF:JF 2.1.1.1, AN. Tradução do francês.

[7] O nome Palais seria deliberadamente parecido com Pathé para confundir o público.

[8] Além dos números 147 e 149, Mattos era proprietário também do prédio no número 145. Assim, o Palais foi ampliado em relação ao antigo cinema Pathé ao anexar o imóvel vizinho, onde anteriormente funcionava uma sorveteria (figura 4).

[9] É interessante destacar o impacto dos filmes mais longos na arquitetura dos espaços de exibição, assim como nos critérios para seleção dos filmes pelos distribuidores. Numa carta escrita ao seu agente na Itália, na qual se queixava da compra de um filme longo e medíocre, Luciano Ferrez relatava o prejuízo que tinha com qualquer fita que não fosse “suficientemente forte para se poder fazer esperar o público e corresponder à expectativa de uma espera prolongada na sala adequada, nem tão pouco é suficientemente atraente para fazer funcionar as duas salas do Odeon. [...] Dest’arte, uma fita em tais condições traz prejuízo, porque a espera demasiada entre cada espetáculo faz com que o público não queira esperar, nem tão pouco se pode fazer um grande reclame para torná-la célebre” (Carta de Luciano Ferrez a Enéas Malaguti, Rio de Janeiro, 17 mar. 1915, FF:FMF 2.2.2.21.9.22/1, AN).

trombone” da orquestra do cinema, “enquanto o resto da sua comitiva, uns de pé e outros sentados, tomavam lugar ao lado dos pistões”. Um empregado do cinema, por ter simplesmente sorrido da “posição canhestra em que o presidente se encontrava”, foi ameaçado de prisão na ocasião. Posteriormente, o jornalista Garcia Marggiocco, que escreveu uma reportagem descrevendo essa “cena bufa”, chegou a ser preso pela polícia.¹⁰

A família Ferrez, por sua vez, também passou por um momento difícil, pouco tempo depois de Marc retornar ao Brasil.¹¹ Em junho de 1914, sua esposa, Marie Lefebvre Ferrez, faleceu subitamente por problemas cardíacos, aos 65 anos. O filho Julio, a nora Claire e os netos Gilberto e João Pedro estavam ausentes, pois haviam recentemente embarcado para a Europa para férias e repouso.

Na Europa, havia precaução nos negócios. Além dos agentes Levy e Nevière em Paris, a CCB já contava àquela altura com a presença de um agente na Itália: Salvador dell’Osso, em Roma. Ele tinha instruções para só adquirir da Ambrosio filmes “excelentes” – desses, deveriam ser importadas quatro cópias –, sem se preocupar com atingir a metragem mínima. Luciano dizia, em correspondência a dell’Osso, preferir pagar um estorno pela metragem que faltasse para atingir o volume mínimo contratual do que comprar filmes ordinários. O agente também deveria comprar boas produções da Cines. A assinatura de um contrato de representação da fábrica italiana só lhe seria conveniente se

[10] O relato do episódio foi feito em discurso do deputado da oposição Maurício de Lacerda, transcrito pelo jornal *O Imparcial* (29 jul. 1914, p. 5). Ver também: Fernando José, *Cale a boca, Jornalista! O ódio e a fúria dos mandões contra a imprensa brasileira*. 7 ed., São Paulo: Novo Século, 2020, pp. 111-112. Décadas mais tarde, sem contextualizar o ocorrido, a revista *A Cena Muda* publicou uma fotografia do presidente e da primeira dama na sessão inaugural do cinema Palais, mostrando-os claramente desconfortáveis em cadeiras espremidas junto à parede (Signoret, “Há 30 anos”, em *A Cena Muda*, n. 29, 18 jul. 1944, p. 22). Para contornar o mal-estar, o cine Palais organizou, dias depois, uma sessão especial em homenagem à esposa do presidente, com a presença do próprio Hermes da Fonseca e cuja renda foi revertida ao convento das Carmelitas de Petrópolis.

[11] Marc ainda se encontrava em Paris, em 26 de março de 1914, quando participou do luxuoso banquete da *Chambre Syndicale Française de la Cinématographie*. Conforme a lista de participantes publicada na revista *Ciné-Journal*, além de poderosos da indústria, como Charles Pathé e Léon Gaumont, estavam presentes ministros e autoridades do governo francês, jornalistas, distribuidores e artistas, incluindo Max Linder. O nome de Marc Ferrez é indicado junto de Nevière e Jacquemin. Staffa teria sido outro brasileiro presente (*Ciné-Journal*, n. 7, n. 298, 4 abr. 1914, p. 5).

reunisse, também, a produção da companhia Célio e se os filmes extras fossem, dessa vez, incluídos na metragem contratada. Se não fosse desse modo, era mais interessante para a CCB permanecer na posição de “compradores livres”, adquirindo somente os filmes extras.¹²

Em Paris, Luciano deu instruções semelhantes a Nevière, dizendo-lhe que não ultrapassasse a metragem mínima estipulada por contrato para os programas da Pathé e Gaumont, comprando da Film d'Art somente os bons filmes.¹³ Nessa época, a CCB também estava negociando diretamente com a firma de exportação de Walter Hecht Pfeiffer, que oferecia filmes alemães, como aqueles estrelados por Henry Porten, considerada a primeira grande estrela do cinema alemão.

Conforme o relato feito na correspondência que Luciano Ferrez enviara para seu irmão a caminho de Paris, a dívida da CCB com a Pathé Frères havia crescido, mas ele esperava reduzi-la com o recebimento do estorno pela fábrica francesa devido à superação do volume mínimo importado no ano anterior.¹⁴ Luciano comentava a baixa qualidade dos últimos programas da Pathé e Gaumont, afirmando que o maior sucesso nos cinemas cariocas tinha sido de *A mulher nua* (*La donna nuda*, dir. Carmine Gallone, 1914), produção italiana da Cines, estrelada por Lyda Borelli. Esse filme extra teria rendido quatro contos a mais que os programas habituais, fazendo valer o investimento da compra de quatro cópias por Levy, em Paris.¹⁵

Luciano afirmava que, apesar da falta de perspectiva na superação da crise econômica do país, as contas da filial carioca estavam em dia. Reclamando de que os diretores da CCB só se preocupavam com os negócios em São Paulo, o gerente da filial carioca expunha ao irmão a ideia de manter em nome deles a renovação dos contratos com a Pathé e Gaumont, promovendo, assim, a divisão da companhia. Eles ficariam encarregados da importação dos filmes da Europa para o Rio de Janeiro e da distribuição no Brasil. Apresentada em carta de 28 de julho, esse projeto seria amadurecido por Luciano nos meses seguintes

[12] Carta de Luciano Ferrez para Salvador Dell'Osso, Rio de Janeiro, 12 jul. 1914, FF:FMF 2.2.2.1.7, AN.

[13] Carta de Luciano Ferrez a Nevière, Rio de Janeiro, 12 jul. 1914, FF:FMF 2.2.2.1.10, AN. Tradução do francês.

[14] Carta de Luciano para Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 12 jul. 1914, FF:JF 2.1.1.1, AN. Tradução do francês.

[15] Carta de Luciano para Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 21 jul. 1914, FF:JF 2.1.1.1, AN. Tradução do francês.

diante dos novos acontecimentos. Afinal, exatamente no dia em que o gerente da filial carioca da CCB escreveu essa carta foi deflagrada a guerra na Europa.¹⁶

Se as negociações do governo brasileiro com os credores estrangeiros foram interrompidas às vésperas da Primeira Guerra Mundial, logo após o começo dos confrontos, em 1º de agosto, o presidente Hermes da Fonseca suspendeu o pagamento dos juros da dívida externa e proibiu as operações financeiras, decretando feriado bancário até o dia 16 de agosto.¹⁷ Em carta de 4 de agosto, Luciano Ferrez relatou ao irmão as consequências imediatas no Brasil do início da guerra e das medidas do governo: “Aqui [...] o impacto nos negócios é enorme e o pobre Brasil não precisava disso para ir à ruína”. Sobre a CCB, Luciano informava: “Aqui está tudo paralisado e realmente não sabemos com que pé dançar e o que será do futuro. Os cinemas têm receitas muito baixas e o mesmo com as locações”. Ainda possuindo filmes inéditos em estoque e novos programas em trânsito da Europa para o Brasil, Luciano afirmava que podia manter as exibições regulares, mas logo determinou duas mudanças diante das restrições iminentes. A primeira entrou em vigor em 10 de agosto, consistindo na diminuição da metragem de novidades lançadas pela CCB, de 9 para 6 mil metros por semana, embora sem reduzir o preço do aluguel. “Acabou o sistema de excesso de fitas em exibição”, dizia Luciano, recomendando, em informe aos clientes, “uma exploração racional e metódica e econômica” dos filmes.¹⁸

A segunda determinação abarcava o aumento imediato de 30% no preço de venda dos equipamentos cinematográficos em estoque, a suspensão de qualquer desconto aos clientes e, principalmente, a venda ou aluguel de filmes e equipamentos mediante apenas pagamento em dinheiro e à vista. Essa medida se justificava pelo fato de ser previsível, após o feriado bancário forçado, a instituição de uma “moratória geral de 30 dias, prorrogável à vontade e a critério

[16] Carta de Luciano para Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 28 jul. 1914, FF:JF 2.1.1.1, AN. Tradução do francês.

[17] O grande endividamento externo do Brasil, principalmente entre 1905 e 1913, tornou a economia do país muito vulnerável. Com a queda do preço do café e da venda da borracha, foi necessário renegociar a dívida. Entretanto, o agravamento da situação decorrente da guerra acabou inviabilizando a negociação, obrigando a realização de novos empréstimos de consolidação. Ver Marcelo de Paiva Abreu, “Os *fundings loans* brasileiros – 1898–1931”, em *Pesquisa e Planejamento Econômico*, v. 32, n. 3, dez. 2002.

[18] Carta de Luciano para Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 4 ago. 1914; carta de Luciano para Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 6 ago. 1914, FF:JF 2.1.1.1, AN. Tradução do francês.

do governo, até o máximo de 120 dias, moratória esta pela qual ninguém mais será obrigado a pagar, durante tal prazo, os saques e qualquer outra obrigação comercial que tenha sido firmada, podendo, portanto, protelar e trazer graves embaraços ao mecanismo financeiro de quem quer que seja”.¹⁹

Com a moratória sendo de fato instituída e posteriormente prorrogada, o envio dos pagamentos para a Pathé e Gaumont através dos bancos estrangeiros foi impedido, enquanto a remessa de filmes e equipamentos da França para o Brasil também foi afetada, tanto pela dificuldade de transporte marítimo quanto pela interrupção de fabricação devido à guerra. A matriz da CCB não podia tampouco receber os pagamentos das agências nos estados.

Na Itália, Salvador dell’Osso desejava receber fundos da CCB para retornar ao Brasil com receio de ser convocado para o exército italiano, mas Luciano não tinha como remeter esses valores para Europa imediatamente. No Rio de Janeiro, o sr. Robidou (regente da orquestra da sala de espera do Odeon e marido da primeira violinista), o flautista da orquestra do Odeon e o contrabaixista do Avenida, os três cidadãos franceses, foram obrigados a se apresentar à embaixada da França. Luciano contava que Robidou tinha problemas de vista e eles estavam tentando obter um atestado médico para dispensá-lo da convocação para o exército.

No cenário nacional, o governo brasileiro se encontrava sem recursos para pagar os funcionários públicos, mas planejava emitir papel-moeda para movimentar a economia. No Rio de Janeiro, comerciantes já haviam elevado o preço de todos os produtos, gerando protestos da população que a polícia vinha reprimindo. A prefeitura, por sua vez, criou uma tabela de preços máximos dos alimentos e liberou a venda por comerciantes não licenciados, oficializando e expandindo as hoje chamadas “feiras livres”. Dizia Luciano: “Se o custo de vida no Brasil era caro, agora ele dobrou ou triplicou”.²⁰ A economia de carvão, gasolina e gás já tinha motivado a suspensão ou diminuição de diferentes meios de transporte, desorganizando os serviços de correios.

Em relação aos negócios cinematográficos, Luciano contava que as receitas haviam diminuído sensivelmente. Chegaram a pensar em fechar o cinema Pathé,

[19] Carta de Luciano para Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 7 ago. 1914; carta de Luciano para Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 9 ago. 1914, FF:JF 2.1.1.1, AN. Tradução do francês.

[20] Carta de Luciano Ferrez a Nevière, Rio de Janeiro, 15 ago. 1914, FF:FMF 2.2.2.1.10, AN. Tradução do francês.

mas depois mudaram de ideia. Todos os exibidores que alugavam filmes da CCB “choravam miséria”, de Manoel Pinto (proprietário do Ideal) a Enéas Paiva (dono do Colombo, Elegante e Max). Com a moratória, Luciano previa que os donos de salas de cinema do interior não arcaíam com seus pagamentos. Ao só aceitar fazer negócios à vista, o número de clientes tinha sido conseqüentemente reduzido.

Apesar do difícil cenário, a posição da CCB seria boa para enfrentá-lo, pois a companhia ainda tinha filmes chegados à alfândega e outros já embarcados da Europa em quantidade suficiente para manter os programas por um bom tempo.²¹ Além disso, com a suspensão dos pagamentos bancários, Luciano afirmava que a CCB poderia pagar as contas mais facilmente (incluindo, por exemplo, a folha de funcionários), uma vez que o que mais absorvia os recursos da empresa, além dos impostos alfandegários, era o pagamento pelos filmes na Europa, impedido pela moratória. Mesmo quando as novidades se esgotassem, os cinemas cariocas fariam reprises, enquanto continuaria recebendo os pagamentos das agências de outros estados, que estavam sempre atrasadas em, pelo menos, um mês em relação às estreias no Rio de Janeiro. Na opinião de Luciano Ferrez, os concorrentes estariam em pior situação. Além disso, a CCB pôde contar com uma atração extra naquele difícil momento.

O Kinetophone de Edison no Brasil

Como apontou Rosalind Rogoff, entre 1907 e 1914, diversos filmes sonoros foram bem-sucedidos comercialmente, mesmo que eles não tenham substituído os filmes silenciosos como padrão da indústria (tal como ocorreria no final dos anos 1920), o que não era sua intenção.²² Embora pudéssemos incluir os filmes

[21] Em entrevista ao *Diário de Pernambuco*, o agente Leon Jacob tranquilizava o repórter afirmando que a filial de Recife da CCB tinha estoque para uns cinco meses e, por isso, não haveria falta de filmes mesmo com a continuidade da guerra. “Portugal permanecendo neutro, teremos fitas da França. Da Itália e América do Norte tê-las-emos via Gênova”, dizia (“A guerra não prejudicará as fitas”, em *Diário de Pernambuco*, 29 ago. 1914, p. 3).

[22] Rosalind Rogoff, “Edison’s Dream: A Brief History of the Kinetophone”, em *Cinema Journal*, v. 15, n. 2, 1976, p. 58. A interpretação mais comum é a de que o novo Kinetophone de Edison foi uma última e malsucedida tentativa de lançar o cinema sonoro acústico como proposta comercial viável. Ver, por exemplo: Leo Enticknap, *Moving Image Technology: From Zoetrope to Digital*, Londres e Nova York: Wallflower Press, 2005, p. 107.

cantantes nessa tendência, Rogoff referia-se mais especificamente às produções sonoras pelo novo Kinetophone desenvolvido pelos laboratórios de Thomas Edison. Tratava-se de uma versão aperfeiçoada do aparelho homônimo originalmente lançado no final do século 19 e que foi exibida com sucesso nos Estados Unidos, a partir de 1913, em teatros de variedades ao redor do país.²³

Apesar de comumente ignorada pelos historiadores do cinema brasileiro, a exploração do Kinetophone no Brasil tem uma história comercialmente bem-sucedida e repleta de peripécias, tal como narrada pelo seu principal divulgador: o escritor, aventureiro e viajante americano Harry Alverson Franck (1881-1962). Decidido a viajar ao redor do mundo sem dinheiro, sobrevivendo de bicos diversos, Franck já tinha alcançado sucesso com seu primeiro livro, *A Vagabond Journey Around the World: a Narrative of Personal Experience* (1910), que contava sua experiência como viajante na Europa e na Ásia. Sua passagem pelo Brasil seria relatada em artigos na imprensa e, mais tarde, no livro *Working North from Patagonia: Being the Narrative of a Journey Earned on the Way, Through Southern and Eastern South America*, publicado em 1921.²⁴

A parte de seu relato relacionada com o cinema começa em meados de 1914, quando Franck já se encontrava há um mês no Brasil, vindo da Argentina após passar três anos percorrendo do norte ao sul a América Latina. No Rio de Janeiro, o americano foi surpreendido pelo início da Primeira Guerra Mundial, que resultou na imediata desvalorização da moeda brasileira. Franck tinha economizado a considerável quantia de 300 mil réis para se manter na capital brasileira, mas o início das batalhas na Europa diminuiu o valor de seu dinheiro quase instantaneamente:

[23] Em 1914, na mesma época em que o Kinetophone foi exibido no Rio de Janeiro, o teatro Rio Branco, reaberto sob a administração de A. Quintella, tentou resgatar os filmes cantantes três anos depois deles terem desaparecido da praça Tiradentes. O Rio Branco apresentou novamente *Paz e Amor*, agora com trupe dirigida pelo ator Martins Veiga, a partir do dia 22 de agosto de 1914, mas a revista permaneceu pouco tempo em cartaz. Poucos dias após a exibição de *Paz e Amor*, o Rio Branco fechou definitivamente e o teatro foi leiloado no ano seguinte.

[24] Começando pela capital argentina, *Working North from Patagonia* é uma continuação do relato da viagem de Franck pela América do Sul, cuja primeira parte foi narrada no livro *Vagabonding Down the Andes: Being the Narrative of a Journey, Chiefly Afoot, from Panama to Buenos Aires*, publicado em 1917. A demora na publicação dessa segunda parte se deveu à entrada dos Estados Unidos na Primeira Guerra Mundial, da qual Franck participou. Um relato resumido da viagem pelo continente já havia sido publicado em *West Coast Leader* e transcrito em *Bulletin of the Pan American Union*, v. 42, n. 1, jan. 1916, pp. 237-255.

[...] o mil-réis, que era cotado de 15 para uma libra esterlina há tanto tempo quanto homens de razoável memória podiam se lembrar, havia caído da noite para o dia para 23 [mil réis] para uma libra! Em outras palavras, mas da mesma natureza profana, meus 100 dólares haviam diminuído em algumas horas, devido apenas a algumas notícias da Europa convulsionada, para cerca de 70. [...] Eu [...] decidi esperar até que o câmbio melhorasse – e dois dias depois meus 70 dólares valiam menos de 60!²⁵

Nesse tenso período de dificuldades financeiras no Rio de Janeiro, enquanto a suspensão das viagens internacionais impedia seu retorno imediato aos Estados Unidos, Franck encontrou por acaso seu compatriota Raymond A. Linton. Ele tinha comprado os direitos de exploração do Kinetophone de Edison para o continente sul-americano e já vinha explorando a novidade no Peru, Chile, Argentina e Uruguai com duas aparelhagens. Diante do grande sucesso obtido nesses países, Linton tinha adquirido também a concessão para o Brasil e uma terceira aparelhagem do Kinetophone estava prestes a chegar ao porto do Rio de Janeiro. Entretanto, seu administrador francês que estava vindo de Buenos Aires para dirigir o negócio no Brasil teve que se apresentar ao exército com o início da guerra. Ao encontrar seu conhecido no Rio de Janeiro, Linton convidou Franck para se tornar o administrador da turnê do Kinetophone pelo Brasil em troca de um quinto de toda a renda obtida com a atração, mais salário e despesas pagas. Naquele momento de aperto, o escritor americano, que já dominava um pouco o português, aceitou a oferta de trabalho e o desafio de percorrer o país como um *showman*.²⁶

Em sua estreia para o público americano em Nova York, em fevereiro de 1913, o Kinetophone havia feito muito sucesso, e logo recebeu inúmeras encomendas de aparelhos. Dois meses depois, já haviam quase cem teatros nos Estados Unidos apresentando a novidade e cerca de sessenta técnicos de Edison estavam instalando aparelhos e treinando operadores, sendo relatada enorme

[25] Confirmando a grande desvalorização da moeda brasileira relatada por Franck, Luciano informava a Julio que tinha pago o franco a 810 réis por faturas originalmente previstas para o câmbio de 600 réis, cotação que tinha se mantido por anos. Carta de Luciano para Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 4 ago. 1914; carta de Luciano para Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 9 set. 1914, FF:JF 2.1.1.1, AN. Tradução do francês.

[26] H. A. Franck, *Working North from Patagonia: Being the Narrative of a Journey Earned on the Way, Through Southern and Eastern South America*, Nova York: The Century, 1921, p. 249.

demanda pelos aparatos.²⁷ Entretanto, segundo Franck, como não haviam técnicos experientes em quantidade suficiente para atender a tantos pedidos em tão pouco tempo, muitos operadores foram rapidamente treinados e precipitadamente despachados para os teatros, o que resultou em espetáculos insatisfatórios do ponto de vista da sincronização.²⁸ A invenção teria sido retirada de circuito para ser aperfeiçoada, de modo a depender o menos possível da habilidade do operador, talvez coincidindo com o fechamento dos teatros durante o verão americano. Assim, em meados de 1914, quando Linton adquiriu a concessão para o Brasil, o jovem, mas experiente electricista Wayne Tuthill, empregado da fábrica de Edison e responsável pelo treinamento de muitos operadores do Kinetophone, estava disponível para viajar para o exterior e assumir um contrato de um ano. Tuthill (ou Tut, como passou a ser chamado) veio diretamente dos Estados Unidos, acompanhando a aparelhagem do Kinetophone, para trabalhar como operador na *Linton South American Company*, juntando-se a Franck no Rio de Janeiro.

No Rio, após registrar a marca Kinetophone no país (primeira e indispensável medida), Franck procurou o proprietário dos melhores cinemas da cidade: a CCB. De fato, a negociação também foi relatada por Luciano Ferrez, que contou ao irmão como um americano o tinha procurado para propor apresentações do Kinetophone, “um cinema falante como o Chronophone Gaumont”, dizendo que tinha feito grande sucesso de Buenos Aires a Montevideú, desde outubro de 1913. “Ele queria a bagatela de 600 libras esterlinas [quase 10 contos de réis] por uma temporada de 10 dias para o Rio, e o mesmo para São Paulo, e assim sucessivamente para a estreia em cada cidade. Depois, ele faria um desconto de 50% nos próximos 10 dias e assim em diante”.²⁹

[27] Rick Altman, *Silent Film Sound*, Nova York: Columbia University Press, 2004, p. 176; *Moving Picture News*, v. 7, n. 15, 12 abr. 1913, p. 21.

[28] H. A. Franck, *Working North from Patagonia: Being the Narrative of a Journey Earned on the Way, Through Southern and Eastern South America*, Nova York: The Century, 1921, pp. 260-261. A hipótese de Franck explica a descrição da carreira do Kinetophone nos Estados Unidos feita por Donald Crafton: “Embora bem recebido em sua estreia num [teatro de] *vaudeville* em Nova York, as apresentações seguintes foram mal sincronizadas e com som estridente: algumas plateias vaiaram os espetáculos” (Donald Crafton, *The Talkies: American Cinema's Transition to Sound, 1926-1931*, Berkeley e Los Angeles: University of California Press, 1999, p. 55. Tradução do inglês).

[29] Kinetophone Edison, s.d. [set. 1914], FF:JF 2.1.1.1.21, AN. Tradução do francês; carta de Luciano para Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 9 set. 1914, FF:JF 2.1.1.1, AN. Tradução do francês.

Luciano respondeu a ele que tinha as “piores referências” sobre o Kinetophone e que não poderia dar nenhum adiantamento de renda, mas o gerente da CCB propôs a Franck que dividissem a bilheteria, elevando o preço dos ingressos, desde que fosse feito um teste antes. O americano aceitou e combinaram uma demonstração do aparelho para convidados, realizada no barracão do teatro Polytheama, no canal do Mangue.³⁰ Luciano disse ter ficado impressionado: “O sincronismo é ‘perfeito’ no mais alto nível. O som não acompanha o gesto como no [Chronophone] Gaumont; ele é ouvido ao mesmo tempo que o gesto”. Dotado de grande experiência e conhecimento dos equipamentos mecânicos, a opinião de Luciano sobre o Kinetophone confirma definitivamente a qualidade da aparelhagem e do operador trazidos para o Brasil.

Foi acertado, então, que o Kinetophone de Edison seria exibido por sessenta dias nos cinemas da CCB no Rio de Janeiro, São Paulo e vizinhanças, cabendo a Franck 50% da bilheteria. Fechado o contrato, Linton teria tentado convencer o presidente Hermes da Fonseca a comparecer à estreia do Kinetophone, tal como tinha feito nos demais países sul-americanos, de forma a valorizar o espetáculo, mas a agitação do início da guerra frustrou seus planos. O presidente compareceu posteriormente ao cinema Pathé, mas no meio da temporada, e foi outra vez recebido friamente pelo público, segundo relato de Franck.³¹

De qualquer modo, como os jornais anunciaram com destaque, em 14 de setembro, o cinema Pathé exibiu “pela primeira vez no Brasil” o Kinetophone Edison ou Cinema Cantante, “realização perfeita e prática do sincronismo entre gesto e som” (figura 22).³² No cinema Pathé, foram apresentados apenas três números do Kinetophone de cada vez, totalizando quase 20 minutos e ocupando um terço da sessão que era completada com filmes comuns, numa estratégia para prolongar a atração por mais tempo.³³ Franck afirmou que a estreia foi um sucesso e rendeu 3 contos de réis na bilheteria do Pathé. Linton retornou à

[30] Explorado pelo ator e diretor Eduardo Victorino, o teatro Polytheama seria fechado e demolido no final do ano.

[31] H. A. Franck, *Working North from Patagonia: Being the Narrative of a Journey Earned on the Way, Through Southern and Eastern South America*, Nova York: The Century, 1921, pp. 257-258 e pp. 265-266.

[32] *Correio da Manhã*, 14 set. 1914, p. 10.

[33] Além da “apresentação do aparelho por ele mesmo, em português”, o programa inaugural continha “Nos jardins de Espanha”, consistindo em número de cantos e danças espanhóis, e “Os palhaços” (Leoncavallo), cantada pelos artistas líricos Duan e Botel.

Argentina e deixou o escritor e viajante inteiramente responsável pela exploração do Kinetophone no país, assim minuciosamente descrito por ele:

O Kinetophone consiste em uma série de filmes projetados de uma cabine como um filme comum, e em um grande fonógrafo elétrico, com gravações de seis minutos, colocado no palco ou atrás da tela e sincronizado com o filme por meio de pequenos e robustos fios pretos correndo por roldanas presas às paredes ou ao teto da sala de exibição.³⁴ Como os nossos filmes não podiam ser exibidos do mesmo projetor dos filmes mudos, o processo usual era montar nossa aparelhagem especial na mesma cabine com o outro projetor, se houvesse espaço, cortando uma segunda abertura na frente desta para projetar na tela; caso contrário, precisávamos construir uma cabine extra ao lado da existente. Nossa instalação incluía quinze filmes e suas respectivas gravações fonográficas. Em primeiro lugar, em cada programa havia uma explicação da nova invenção e uma demonstração de sua capacidade de reproduzir todos os tipos de sons, um filme feito sob encomenda em português, com a bandeira do Brasil, a foto do presidente e outras decorações patrióticas no fundo.³⁵ O único outro filme na língua nativa foi um diálogo chamado “Transformação de Fausto”, em que dois jovens portugueses, que de alguma forma haviam sido atraídos para a fábrica de Edison, tagarelavam por seis minutos uma parte da obra-prima de Goethe.³⁶ Mas havia trechos de cinco óperas italianas populares e três números espanhóis, todos bem recebidos pelos brasileiros e, embora o restante fosse em inglês, eram musicados e engraçados o suficiente para atrair o interesse independentemente do idioma. O Kinetophone requer dois operadores, um na cabine e outro no fonógrafo. Assim fui não só gerente,

[34] Era o fonógrafo que comandava o sincronismo do projetor e não o contrário.

[35] Nos Estados Unidos, esse filme de apresentação chamado de *Lecture* (no Brasil, *Demonstração*) também abria os programas, contando com um palestrante introduzindo para o público o invento e suas possibilidades, com apitos sendo assoprados, pratos quebrados e câes latindo, tudo em sincronismo (R. Rogoff, “Edison’s Dream: A Brief History of the Kinetophone”, em *Cinema Journal*, v. 15, n. 2, 1976, p. 64; R. Altman, *Silent Film Sound*, Nova York: Columbia University Press, 2004, p. 175).

[36] O número *The Transformation of Faust*, adaptação da primeira cena do primeiro ato da peça *Fausto*, tinha sido originalmente realizado em inglês para as primeiras apresentações do Kinetophone em 1913 (R. Rogoff, “Edison’s Dream: A Brief History of the Kinetophone”, em *Cinema Journal*, v. 15, n. 2, 1976, pp. 64-65).

contador e “concessionário”, mas também obrigado a operar a ponta final da aparelhagem [o fonógrafo].³⁷

Interessado pela parte técnica, Luciano também descreveu em detalhes ao irmão a aparelhagem que Linton havia trazido ao Brasil, confirmando as informações de Franck:

O projetor é uma boa máquina Edison e a parte sonora é um excelente fonógrafo com cilindros rígidos (sem disco).³⁸ Ambos os aparelhos são dotados de motores e tem um equipamento que os torna síncronos (é dentro desse aparelho, no diafragma do fonógrafo, que reside a patente).

A coleção é pequena. Tem doze gravações e cenas diferentes e naturalmente vamos dar duas cenas por sessão de modo que o prazer dure três semanas [...]. O que é muito interessante e verdadeiramente comercial em seus programas é o fato de que demonstraram o sincronismo por um trecho cantado, por um trecho de música, por um discurso, por uma imitação de ruídos em “português”, ou seja, ter preparado uma cena especial (com biombos cobertos com bandeiras brasileiras etc.) para cada país onde será exibido de modo a agradar os espectadores.³⁹

Segundo Luciano, Linton teria a mesma apresentação em português, espanhol e italiano, enquanto os trechos musicais eram árias das mais conhecidas óperas italianas (*Carmen* e *Toreador*, de Bizet; *La Bohème*, de Puccini; *Lucia di Lammermoor*, de Donizetti; *Il Trovatore*, de Verdi), uma cena de *music hall* internacional e três “boas cenas cômicas em inglês”.⁴⁰ Luciano se mostrava

[37] H. A. Franck, *Working North from Patagonia: Being the Narrative of a Journey Earned on the Way, Through Southern and Eastern South America*, Nova York: The Century, 1921, p. 259. Tradução do inglês.

[38] Para resistirem às múltiplas apresentações, os cilindros não eram de cera, mas de celuloide (R. Altman, *Silent Film Sound*, Nova York: Columbia University Press, 2004, p. 175).

[39] Kinetophone Edison, s.d. [set. 1914], FF:JF 2.1.1.1.21, AN. Tradução do francês.

[40] Provavelmente *Ministréis de Edison*, *Ferreiros músicos* e *Colegiais musicais*, títulos em português de *The Edison Ministrrels* (1913), *Musical Blacksmiths* (1913) e talvez *The Five Bachelors* (1913). Ver também: V. P. Araújo, *Salões, circos e cinemas de São Paulo*, São Paulo: Perspectiva, 1976, p. 242; A. B. Leite, *Fortaleza e a era do cinema: pesquisa histórica (1891-1931)*, Fortaleza: Secretaria da Cultura e Desporto do Estado do Ceará, 1995, p. 247.

otimista com o espetáculo: “No Pathé, com a acústica que você conhece, é admirável”.⁴¹

Conforme o escritor americano, a CCB divulgou bem o Kinetophone e os espectadores cariocas, ávidos por novidades, compareceram em grande número, mesmo com o ingresso a 2 mil réis. Franck descreveu o público elegante que frequentava o cinema da avenida Rio Branco como “*overdressed*” e “*blase*”, nunca aplaudindo ou dando sinal de aprovação. “Eles sempre me davam a impressão de dizer: ‘Ah, é bem interessante, sabe, como uma novidade, mas eu faria muito melhor se me importasse o bastante para dar uma folga de minha vida amorosa, arriscando sujar minhas polainas e meus longos, finos e inúteis dedos’”.⁴² O mais importante, porém, é que esse público continuou garantindo uma excelente renda média de 2 contos de réis por dia de exibição do Kinetophone no Pathé.⁴³

Para que a atração não dependesse exclusivamente dele e de Tut, e também para que não fosse interrompida em caso de alguma eventualidade, Franck contratou um profissional brasileiro para acompanhá-lo na turnê: o projetorista paulista Carlos Oliva, de origem italiana. Franck terminou a temporada carioca achando que tinha ficado rico: com salário e comissões por uma semana de apresentações havia recebido 1:250\$000 réis. Mas logo se decepcionou ao ver como a moeda brasileira vinha se desvalorizando ainda mais e os preços, disparando.⁴⁴

Após apresentar a novidade nos vários cinemas da CCB em São Paulo, Franck percorreu outras cidades do Sudeste, Nordeste e Norte do Brasil como exibidor itinerante.⁴⁵ Em todas elas, Franck e os exibidores locais apelaram

[41] Kinetophone Edison, s.d. [set. 1914], FF:JF 2.1.1.1.21, AN. Tradução do francês.

[42] H. A. Franck, *Working North from Patagonia: Being the Narrative of a Journey Earned on the Way, Through Southern and Eastern South America*, Nova York: The Century, 1921, p. 261. Tradução do inglês.

[43] Carta de Luciano a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 22 set. 1914, FF-JF 2.1.1.1, AN.

[44] H. A. Franck, *Working North from Patagonia: Being the Narrative of a Journey Earned on the Way, Through Southern and Eastern South America*, Nova York: The Century, 1921, pp. 266-269. Tradução do inglês.

[45] De fato, algumas pesquisas voltadas para a história da exibição de filmes em diferentes cidades brasileiras mencionaram o sucesso da apresentação do Kinetophone, entre 1914 e 1915, em locais como Rio de Janeiro, São Paulo, Ribeirão Preto, Fortaleza e Salvador. Jota Efege, “Na Rua do Ouvidor, Brasil viu cinema pela primeira vez”, em *O Globo*, 27 ago. 1973, p. 9; V. P. Araújo, *Salões, circos e cinemas de São Paulo*, São Paulo: Perspectiva, 1981, pp. 241-242; Liamar Izilda Tuon, “O cotidiano cultural em Ribeirão Preto (1880-1920)”, em Renato Leites Marcondes e

para diferentes formas de propaganda das apresentações do Kinetophone, sempre com destaque para a imagem do rosto de Edison. Para além dos mais comuns anúncios em jornais, cartazes nas paredes e grandes tabuletas pintadas na fachada dos cinemas, outras estratégias publicitárias foram experimentadas: um anão desfilando como homem-sanduiche nas calçadas de São Paulo, bandas de meninos de rua tocando pelas ruas da Bahia, bonecos de Olinda desfilando em Pernambuco (figuras 23, 24 e 26).

Ao longo de 221 dias, Franck contabilizou ter se apresentado em 49 cinemas de 29 cidades, em 11 diferentes estados do Brasil, obtendo uma renda total de 54:665\$000 réis, dos quais 6:882\$00 cabiam a ele.⁴⁶ Em maio de 1915, Franck se despediu de Tut, que continuou explorando o Kinetophone sozinho até os estados do Sul do Brasil pelo restante do ano.⁴⁷

Negociando com os exibidores em cada região e fazendo divulgação do Kinetophone em cada localidade, Franck enfrentou as várias dificuldades do negócio cinematográfico no Brasil, como os “penetras” que insistiam em entrar nas salas de cinema sem pagar ingresso, incluindo todas as autoridades que ganhavam ou exigiam entrada gratuita, uma prática usual nos teatros ao redor do país.⁴⁸ O relato do escritor americano, repleto de detalhes pitorescos e

outros (orgs.), *Ribeirão Preto: a cidade como fonte de pesquisa*. São Paulo: Prefeitura do Campus USP, 2015, v. 1, p. 288; A. B. Leite, *Fortaleza e a era do cinema (1891-1931)*, Fortaleza: Secretaria da Cultura e Desporto do Estado do Ceará, 1995, pp. 245-248; Walter da Silveira, *A história do cinema vista da província*, Salvador: Fundação Cultural do Estado da Bahia, 1978, p. 42.

[46] H. A. Franck, *Working North from Patagonia: Being the Narrative of a Journey Earned on the Way, Through Southern and Eastern South America*, Nova York: The Century, 1921, p. 451. O autor americano aparentemente percorreu treze estados (Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais, Bahia, Sergipe, Alagoas, Pernambuco, Paraíba, Rio Grande do Norte, Ceará, Maranhão, Pará e Amazonas).

[47] Anúncios em jornais paranaenses e catarinenses confirmam essa informação.

[48] “São inúmeras as desculpas para entrar em teatros no Brasil sem pagar ingresso. Alguém pode pensar que um juiz da Suprema Corte ficaria envergonhado de forçar sua entrada gratuita num cinema cujo ingresso mal custa 25 centavos [de dólar]. Mas muitos homens desse mesmo nível não apenas se aproveitam da gratuidade, como geralmente levam toda sua família com eles – e a família comum brasileira pode ocupar muitos lugares. [...] Nós éramos incessantemente importunados por pedintes oficiais e mendigos de luxo, por amigos do gerente ou dos funcionários do cinema, por ‘pessoas influentes’ a rodo. Favor para um amigo, um parente, um conhecido, um amigo do amigo do amigo, para qualquer um com aparência de autoridade e a falta de moral que a acompanha, é a maldição de qualquer porteiro brasileiro” (H. A. Franck, *Working North from Patagonia: Being the Narrative of a Journey Earned on the Way, Through Southern and Eastern South America*, Nova York: The Century, 1921, pp. 275-256).

anedóticos, é revelador no que diz respeito às condições que um certo tipo de distribuição cinematográfica era e continuaria sendo feita no Brasil. Como se deu com o Kinetophone de Edison, outros empresários seguiriam distribuindo filmes como atrações itinerantes, levando seus programas de cidade em cidade, enfrentando o desafio de percorrer um país continental, de abissal desigualdade social e precária estrutura de transporte como o Brasil.

O caso da exploração do Kinetophone no Brasil desafia, inclusive, as interpretações mais comuns sobre a história desse sistema de projeção sonora, segundo as quais ele foi retirado de circulação com o início da guerra e, principalmente, com o incêndio nos laboratórios de Edison, em dezembro de 1914, o que supostamente demonstraria como a invenção não estava fadada a durar muito tempo. Tendo chegado ao Rio de Janeiro imediatamente após o início da guerra, percebemos através de sua difusão no Brasil como o sucesso internacional do Kinetophone se prologou por mais tempo: na América do Sul, pelo menos até fins de 1915.

Além disso, enquanto nos Estados Unidos esses filmes falados e cantados foram apresentados, principalmente, em teatros de variedades, o que historiadores interpretaram como uma amostra da falta de visão de Edison em relação ao futuro do cinema sonoro⁴⁹, esse não foi o caso no Brasil, onde era conhecida a escassez de diversões fora das principais capitais. No Rio de Janeiro, por exemplo, o Kinetophone foi apresentado com sucesso, na segunda quinzena de setembro de 1914, como uma atração nova e diferente, imediatamente antes do cinema Pathé se converter, de fato, num teatro de variedades. Naquele momento, foi uma proposta bem-vinda para a CCB – e para diversos exibidores cinematográficos ao redor do país – como forma de ocupar a programação de seus cinemas num contexto de grandes dificuldades para obtenção de filmes novos.

Tradução do inglês). Além de juízes e políticos, os jornalistas eram outros que costumavam ter passe livre nos cinemas e, em 1916, um repórter contou 80 pessoas que entraram de “corona” numa sessão em Niterói apresentando-se como legítimos detentores de gratuidade e que se dividiam em: “jornalistas verdadeiros, 8; jornalistas de mentira, ou que dizem pertencer à imprensa, 16; revistógrafos, 15; ‘amigos’ dos empresários, dos atores, da orquestra etc., etc., 32; policiais, 4; fiscais da prefeitura, 4; fiscais do estado, 1” (R. L. Freire, *Cinematographo em Nictheroy: história das salas de cinema de Niterói*, Niterói: Niterói Livros, 2012, p. 91).

[49] R. Altman, *Silent Film Sound*, Nova York: Columbia University Press, 2004, p. 178.

A guerra complica o que já era difícil

Embora a situação econômica já fosse difícil para o comércio cinematográfico brasileiro, o cenário piorou radicalmente no segundo semestre de 1914, após o início da Primeira Guerra Mundial, o que trouxe inúmeras dificuldades para o transporte marítimo pelo oceano Atlântico. Se havia dificuldade no envio de novos filmes da Europa, havia também empecilhos para a remessa de dinheiro do Brasil para o exterior por conta da prorrogação da moratória.

Com a interrupção da produção de filmes e equipamentos cinematográficos na França devido, entre outros motivos, à convocação dos trabalhadores para a guerra, a CCB foi obrigada a reforçar o fornecimento da Itália, que se mantinha neutra no conflito. Em setembro, Luciano comentava que estavam quase sem filmes inéditos em estoque e que dependiam das últimas remessas de Roma por dell'Osso, dos últimos programas remetidos de Paris por Nevière e Levy, além de filmes alemães enviados por Pfeiffer através de seu representante em Barcelona.⁵⁰

Os filmes americanos também foram buscados como alternativa à escassez de filmes europeus, como um jornal apontava em agosto de 1914: “As fábricas americanas já estão recebendo grandes encomendas do Rio. Teremos uma nova invasão dos cowboys e da cavalaria americana? Tomara, dirão os amantes das pitorescas cenas de campo. Não, dirão as meninas apreciadoras dos beijos da Nordisk...”.⁵¹ Essa alternativa também foi buscada pela CCB, embora fosse um consenso entre os distribuidores que os filmes americanos não despertavam o mesmo interesse nas plateias brasileiras que as produções europeias. Apelando ao “nosso fornecedor habitual”, a Pan American Trading Co., Luciano contou a Julio que importou dois filmes novos dos Estados Unidos: “Para uma só vez, foi bem, mas nós não podemos continuar dependendo [deles]”.⁵² Repetindo esses argumentos em sua carta a Nevière, Luciano dizia que a CCB estava fazendo uma nova tentativa com a “fabricação yankee” e que, embora fossem bons, os filmes “não correspondem ao gosto do público brasileiro acostumado a jogos

[50] Tratava-se da Sociedade Anonyma Seix y Barral Hermanos, que se tornou umas das mais importantes editoras espanholas.

[51] “A Guerra e os cinemas!”, em *A Rua*, 18 ago. 1914, p. 2.

[52] Carta de Luciano para Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 27 out. 1914, FF:JF 2.1.1.1, AN. Tradução do francês.

de cena francês e italiano. Estes dois filmes serão certamente apreciados, mas não podemos basear nossa importação nele [o cinema americano] porque receberíamos reclamações”.⁵³ Luciano e Julio analisavam, ainda, a possibilidade de adquirirem filmes das filiais da Pathé e da Gaumont nos Estados Unidos, sem avançar imediatamente nessa direção.

Com seu retorno da Itália ao Brasil, Salvador dell’Osso foi substituído em fins de agosto pelo agente Enea Malaguti, que, em Milão, se tornou o principal fornecedor da CCB na Europa, encomendando produções da Milano Films e de outras companhias italianas como Vidali, Volsca, Etna, Napoli, Roma, Caesar, Corona, Latium e Way. O pedido de compra de apenas duas cópias de cada filme dificultava as negociações com os produtores, pois consideravam que, ao estrear no Brasil, mesmo sem exclusividade, seus filmes perderiam valor, sendo assim exigidas, no mínimo, três cópias. Luciano, porém, não recuou, abrindo exceção apenas para filmes de grande apelo como os protagonizados por estrelas como Hesperia ou Francesca Bertini.

Outras dificuldades para a importação de produções italianas eram a exigência de pagamento à vista e o encarecimento dos filmes pelo aumento do preço da película virgem e outros produtos.⁵⁴ Diante daquela situação, porém, os altos preços, outrora exigidos para aquisição de exclusividade na distribuição de grandes épicos históricos, não eram mais aceitos. Oferecidos para a CCB em fins de 1914, filmes como *Julio Cezar* (*Cajus Julius Caesar*, dir. Enrico Guazzoni, 1914), da Cines, ou *Cabiria* (dir. Giovanni Pastrone, 1914), da Itala, foram sumariamente recusados.⁵⁵ Ambos seriam adquiridos e lançados

[53] Carta de Luciano Ferrez a Nevière, Rio de Janeiro, 27 out. 1914, FF:FMF 2.2.2.1.10, AN. Tradução do francês.

[54] Carta de Enea Malaguti à CCB, Milão, 12 out. 1914; carta de Enea Malaguti à CCB, Milão, 24 nov. 1914, FF:FMF 2.2.2.1.9, AN; carta de Luciano para Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 29 ago. 1914, FF:JF 2.1.1.1, AN. Tradução do francês.

[55] Em outubro de 1914, numa carta ao agente Malaguti, em Milão, Luciano informava que a Cines tinha pronto, em Roma, um pacote de oito filmes extras, incluindo *Julio Cesar*, já traduzidos para o português, pelo qual a fábrica italiana queria 100 mil francos, mas eles estavam oferecendo 75 mil já “que ninguém poderá dispor d’esta importância, nem será comprador n’uma época tão amarga para todos de taes fitas”. A Cines respondeu dizendo que os filmes já tinham sido encomendados pelo valor de 100 mil francos e aguardavam o pagamento, gerando um impasse. Num patamar de preço ainda mais alto, uma carta de 1º de dezembro de 1914 da fábrica Itala respondia que, naquele momento, não podia tratar do fornecimento da produção comum, pois mantinham contrato com “Monsieur Staffa”, mas oferecia os direitos

no Brasil somente um ano depois, quando a CCB já teria passado por radicais mudanças.⁵⁶

Surpreendidos pelo início da guerra na viagem para a Europa, Julio Ferrez e sua família ficaram poucos dias na França, se estabelecendo definitivamente em Genebra, onde viviam os primos de Claire, uma vez que a Suíça também permanecia neutra. Julio viajou brevemente para a Itália algumas vezes, onde se reuniu com Malaguti. Achille Nevière mantinha-se responsável pela escolha e remessa dos filmes da Pathé e Gaumont em Paris, mesmo reclamando das dívidas da CCB com ele e sofrendo pelo seu filho mais velho, Pierre, que fora detido na Alemanha.

Para Luciano, ficava claro que naquela situação – que não mudaria tão cedo – a exibição se tornava mais vantajosa que a distribuição devido ao aumento das despesas de importação e a piora do câmbio.⁵⁷ Escrevendo ao irmão, traçou um quadro mais detalhado e pessimista da situação: “De um lado o preço da compra aumenta em 40% em vista do câmbio e da alfândega. Por outro lado, o cliente pede descontos por ele não estar fazendo negócios”.⁵⁸ Diante disso, Luciano passou a sugerir que não comprassem mais filmes para além dos necessários para as próprias salas de exibição da CCB, restringindo-se, portanto, a uma ou duas cópias no máximo que, após exibidas, em seus cinemas, poderiam ser alugadas para outros exibidores. Ou seja, propunha que a distribuição estivesse subordinada aos negócios da companhia como exibidores. Em sua visão, as filiais da CCB nos estados poderiam fazer reprises, sustentando suas programações por algumas semanas, assim como vinham fazendo no Rio de Janeiro.

de exclusividade para o Brasil de *Cabiria* por 100 mil francos. A proposta também foi recusada (carta de Luciano para Enea Malaguti, Rio de Janeiro, 27 de outubro de 1914, FMF 2.2.2.1.9, AN; carta da Itala Film a Julio Ferrez, Turim, 1º dez. 1914, FF:JF 2.1.2.6.2, AN).

[56] *Julio Cezar* foi lançado em 2 de setembro de 1915, no Rio de Janeiro, em três cópias (no Odeon e Paris), com o título alternativo de *Grandeza e decadência de Roma*, 100 minutos de projeção e descrito como “a mais notável e cara produção cinematográfica do ano”. Já *Cabiria* estreou em 29 de novembro de 1915, também em três cópias (Odeon e Pathé), em sessões de quase 120 minutos e ingressos a 2\$000, sendo divulgado como “o filme mais luxuoso, mais suntuoso, mais artístico e de maior custo que se tem editado até hoje” (*Correio da Manhã*, 4 set. 1914, p. 12; *Gazeta de notícias*, 29 nov. 1915, p. 8).

[57] Luciano falava em impostos alfandegários no novo valor de 50\$000 por quilo de filme em vez dos 25\$000 estabelecidos em 1912. Carta de Luciano para Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 18 ago. 1914, FF:JF 2.1.1.1, AN. Tradução do francês.

[58] Carta de Luciano para Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 15 set. 1914, FF:JF 2.1.1.1, AN. Tradução do francês.

Luciano dizia ainda a Julio que, comparando os meses de junho, julho e agosto de 1914 com o mesmo período do ano anterior, era evidente a queda das receitas, afirmando que nunca tiveram um mês de agosto tão terrível.⁵⁹ Em seguida, resumia de forma muito lúcida a situação do mercado cinematográfico brasileiro: “Essa guerra é terrível para os países europeus, mas muito mais terríveis são as consequências para todos os países que, como o Brasil, não possuem indústria, vivem do crédito e de produtos estrangeiros, e não possuem reservas”.⁶⁰

Em carta seguinte, Luciano detalhou as dificuldades que estavam vivendo. Com o aumento do câmbio, os filmes importados chegavam ao Brasil “por um preço bárbaro”. Ao mesmo tempo, com o governo brasileiro mantendo sua política de ter como principal fonte de arrecadação as taxas alfandegárias, o aumento dos impostos de importação só agravava essa situação. Se com a crise os clientes pediam abatimento, com a moratória declarada pelo governo “ninguém paga as contas”. Luciano dizia que, embora não houvesse guerra no Brasil, a miséria se expandia: “Tudo está aumentando em 50% ao passo que os ordenados baixam, os fiados não se pagam e o governo se endivida”.⁶¹

Diante disso, ele traçava uma nova estratégia para a CCB: “Então resolvemos importar fitas apenas para sustentar as nossas casas e fazer bons alugueis, o que se obtém com uma cópia ou no máximo duas cópias. O alugarário [exibidor que alugava filmes dos distribuidores] que quiser fitas, ou as paga ou fecha a porta”.⁶² Para Malaguti, na Itália, Luciano dizia que se alguma fábrica exigisse a compra de três cópias, como era comum, era melhor desfazer o negócio, insistindo para que fechassem a compra de apenas duas cópias por filme. Para Nevière, insistia em também só comprar uma ou duas cópias de cada filme.⁶³

[59] De fato, a receita do cinema Pathé, em agosto de 1914, foi 44% menor do que a receita de agosto de 1913. No cinema Odeon, a queda foi de 45%, enquanto no cinema Avenida, de 38%. Dados computados a partir de: Ricardo Figueiredo. Quadro comparativo, semestral, da Receita dos Cinemas no exercício de 1913-1914, 7 ago. 1914, FF:FMF 2.2.2.5.3.23.1, AN

[60] Carta de Luciano para Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 15 set. 1914, FF:JF 2.1.1.1, AN. Tradução do francês.

[61] Carta de Luciano para Julio Ferrez, 24 set. 1914, Rio de Janeiro, FF:JF 2.1.1.1, AN. Tradução do francês.

[62] Carta de Luciano para Julio Ferrez, 24 set. 1914, Rio de Janeiro, FF:JF 2.1.1.1, AN. Tradução do francês.

[63] Carta de Luciano Ferrez para Enea Malaguti, Rio de Janeiro, 10 nov. 1914, FF:FMF 2.2.2.1.9,

Diante da situação resultante da guerra, Luciano considerava suspensas todas as exigências dos contratos – como a aquisição de quatro cópias de cada título da Pathé e Gaumont –, instruindo seu agente a só comprar três cópias no máximo, mas preferencialmente apenas duas de cada título.⁶⁴

Em setembro, a situação nos cinemas do Rio de Janeiro havia melhorado um pouco em relação ao terrível mês de agosto, enquanto a moratória ia sendo prorrogada.⁶⁵ Além disso, afirmava Luciano, “até certo ponto acho que a moratória vem salvar a CCB porque permite pagar de pouco em pouco os contratos [com os fornecedores europeus]. Por outro lado, as compras [dos filmes importados] são piores que o normal”.⁶⁶

Em São Paulo, porém, a crise era ainda pior. A guerra tinha estourado em plena época de safra do café e com a Europa sem importar quase nada, mesmo com as compras dos Estados Unidos, o principal produto de exportação brasileiro se acumulava nos trens devido aos armazéns lotados. Marc e Luciano viram com seus próprios olhos esse cenário ao viajarem para uma reunião da CCB na capital paulistana:

Às 9 e meia da noite não há mais ninguém nas ruas. Os cinemas que jamais deram matinê, [agora] não dão mais que duas sessões por noite e só tem espectadores para uma delas. As receitas da CCB são irrisórias [...]. Uma miséria [...]. Imagine como está o povo do interior. Um cobrador da CCB foi enviado para cobrar os clientes. Em nove dias, com uma despesa média de 27\$000 entre hotel e transporte ele não pode obter mais do que 600\$000!⁶⁷

De fato, quando Franck levou o Kinetophone de Edison para São Paulo, onde estreou em 3 de outubro no Polytheama, exibindo-o depois nas demais

AN; carta de Luciano Ferrez a Nevière, Rio de Janeiro, 27 out. 1914, FF:FMF 2.2.2.1.10, AN.

[64] Carta de Luciano Ferrez a Nevière, Rio de Janeiro, 15 set. 1914, FF:FMF 2.2.2.1.10, AN. Aubert também diminuiu de seis para quatro cópias de cada título suas compras da Nordisk para Staffa (Carta de Nordisk Film Co para Louis Aubert, 5 dez. 1914. Correspondência Nordisk II:34, Danish Film Institute. Tradução do dinamarquês por Christian Isak Thorsen).

[65] Carta de Luciano para Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 9 set. 1914, FF:JF 2.1.1.1, AN.

[66] Carta de Luciano para Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 15 out. 1914, FF:JF 2.1.1.1, AN. Tradução do francês.

[67] Carta de Luciano para Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 15 out. 1914, FF:JF 2.1.1.1, AN. Tradução do francês.

salas da CCB na cidade, o escritor e viajante americano se surpreendeu com o cenário que encontrou:

São Paulo não era a cidade que eu havia visto dez semanas antes. Não apenas a estiagem a tinha deixado seca, empoeirada e ainda mais enevoada que o Rio, mas a guerra tinha levado sua indústria a uma quase paralisia. Enxames de operários desempregados disputavam com meninos famintos uma chance de vender alguns jornais. No bairro mais pobre, estourou uma grave epidemia de febre tifoide; os hotéis que antes pareciam numerosos, agora, com apenas um ou dois hóspedes cada, pareciam ainda mais abundantes; “atrizes” que sempre tiveram um “amigo” nativo para lhes ajudar, se suicidaram antes mesmo que seu benfeitor não pudesse mais pagar seu aluguel. Os próprios cafés concertos, em que ricos fazendeiros das plantações de café costumavam desperdiçar fortunas com loiras sedutoras vindas do outro lado do Atlântico, estavam sucumbindo um a um à “crise brutal”. Em todos os lugares, a cidade tinha um ar triste e muitos dos que encontramos estavam tristes demais até para conversar.⁶⁸

Em sua correspondência ao irmão, Luciano descreveu, ainda, a tentativa de “golpe” ocorrida na assembleia geral ordinária da CCB, em São Paulo, no dia 29 de setembro, que consistiu numa proposta de destituição do conselho fiscal e de reforma nos estatutos. O assunto foi pauta de uma assembleia extraordinária ocorrida no dia 15 de outubro, na qual compareceram “os grandes acionistas (Carmargo, Ignarra, Asdrubal, Zerrenner e Bulow)”, que não tinham estado presentes na assembleia anterior e, assim, impediram a manobra. A reforma dos estatutos teria sido proposta por pequenos acionistas como “Levy, Amancio de Carvalho e um outro” que só estavam interessados em seus bolsos.⁶⁹ Eles queriam deslocar o pagamento dos 2% dos lucros destinados à diretoria para o conselho fiscal, a ser assumido por eles. A reforma do estatuto, entretanto, não foi aprovada, de modo que a diretoria e a gerência da filial do Rio de Janeiro mantiveram o direito à porcentagem dos lucros brutos. Talvez essa disputa tenha se acirrado pelo fato de ter sido deliberada, na assembleia ordinária anterior, a suspensão da

[68] H. A. Franck, *Working North from Patagonia: Being the Narrative of a Journey Earned on the Way, Through Southern and Eastern South America*, Nova York: The Century, 1921, pp. 272-273.

[69] Provavelmente se tratavam de Luiz Henrique Levy (dono de 85 ações da CCB) ou Hernani Levy (50 ações), além de Amancio de Carvalho (112 ações).

distribuição dos dividendos aos acionistas, “atendendo ao estado atual do país”. Era a primeira vez que isso ocorria desde a criação da companhia.⁷⁰

O lucro obtido pela CCB no primeiro semestre de 1914 havia sido de 281:835\$161 réis, incluído na rubrica “lucros suspensos”, representando uma queda de 6% em relação ao semestre anterior. A renda bruta da CCB, porém, tinha sofrido uma redução bem maior, de quase 20% entre o segundo semestre de 1913 e o primeiro semestre de 1914, apontando para uma perspectiva de piora ainda maior nas contas.⁷¹

O relatório da diretoria descrevia ainda a situação dos negócios de distribuição da CCB: “No momento em que apresentamos este relatório [escrito em junho, mas apresentado em setembro], estudamos novas combinações para compra de filmes, de acordo com a situação da crise no Brasil e alta dos preços das mesmas pela baixa cambial, diminuindo o número de cópias”.⁷²

Obviamente, a escassez de filmes não afetava apenas a CCB. Em 25 de outubro, Jácomo Rosário Staffa publicou grande anúncio na imprensa carioca com um informe aos seus frequentadores:

Não é novidade para o culto público desta Capital que, na Europa, cessou quase por completo o trabalho das fábricas cinematográficas. [...] Não obstante isso há fábricas norte-americanas e italianas que ainda funcionam: quanto às primeiras é sabido quão do desagrado do público são seus filmes. Na Itália, porém, há fábricas que trabalham, mas com o fito único de aproveitar a situação e dominar os mercados que restam. O pequeno número de cópias que poderão vender deverá ficar em relação com o gasto feito na fabricação dos filmes, daí a mediocridade dos filmes que estão aparecendo [...]. Assim, pois, apesar da escolha que ordenamos ao nosso representante em Paris – sr. Louis Aubert [...] – nada pode ser aproveitado.

Não nos sujeitando, portanto, à tal produção [...], resolvemos, enquanto

[70] Companhia Cinematographica Brasileira, *Relatorio da diretoria para ser apresentado em Assembléa Geral a realizar-se em 29 de agosto de 1914*, São Paulo: Typo. Cardozo, Filho & Comp., 1914, p. 3, FF:FMF 2.2.1.4.1, AN.

[71] De fato, do segundo semestre de 1914 para o primeiro semestre de 1915, a renda bruta da CCB sofreu uma queda ainda maior, superior a 30%.

[72] Companhia Cinematographica Brasileira. *Relatorio da diretoria para ser apresentado em Assembléa Geral a realizar-se em 29 de agosto de 1914*. Sao Paulo: Typo. Cardozo, Filho & Comp., 1914, p. 4, FF:FMF 2.2.1.4.1, AN.

esperamos por melhor ocasião, pelo ressurgimento da arte, fazer “reprises” dos trabalhos que alcançaram sucesso neste cinema [...].

Em vez de mandar vir da Europa filmes detestáveis, o proprietário deste cinema adquiriu cópias novas das fitas que vai exhibir em “reprises” e cuja lista vai abaixo publicada [...].⁷³

A lista indicava as futuras reprises que seriam feitas no cinema Parisiense, incluindo vários filmes dinamarqueses e alemães estrelados por Asta Nielsen, Betty Nansen e Valdemar Psilander.⁷⁴ Como apontou Rielle Navitski, essas reprises motivaram uma nova onda de popularidade dos filmes da Nordisk no Rio de Janeiro.⁷⁵ É significativo que, num concurso promovido pelo *Correio da Manhã* sobre os astros preferidos dos leitores, em 1915, Psilander tenha sido o primeiro colocado dentre os homens (seguido do italiano Emilio Ghione) e Nielsen a vice-campeã dentre as mulheres, embora a primeira colocação de Bertini também mostrasse o sucesso crescente das divas italianas.⁷⁶

Cinco dias depois do anúncio de Staffa, uma nova publicidade do cinema Parisiense dizia ter sido acertada a decisão da empresa de reprisar antigos

[73] *Correio da Manhã*, 25 out. 1914, p. 12.

[74] Um mês antes da publicação desse anúncio, Luciano Ferrez contava ao irmão que Staffa já estava fazendo reprises no cinema Parisiense, tendo recebido apenas “três coisinhas” no mesmo navio, provavelmente vindo da França, em que haviam chegado as oito caixas do último programa da Gaumont para a CCB. De fato, correspondência entre a Nordisk e Aubert informava a impossibilidade, devido à guerra, do envio de filmes de Copenhague para Paris (de onde seguiam para o Brasil), sendo acertado, então, que o transporte para a América do Sul passaria a ser feito através de Londres, o que encarecia as despesas alfandegárias. Foi por meio dessa rota que as cópias novas de filmes dinamarqueses antigos encomendadas por Staffa foram enviadas para o Rio de Janeiro. O anúncio das futuras reprises foi publicado por Staffa na imprensa carioca no dia em que foi confirmado o envio da remessa da capital dinamarquesa. Ver Carta de Luciano para Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 24 set. 1914, FF-JF 2.1.1.1, AN; cartas de Nordisk Film Co. para Louis Aubert, 15 ago., 18 ago., 16 out., 27 out. 1914, carta de Nordisk Film Co. para J. R. Staffa, 28 out. 1914. Correspondência Nordisk II:33, Danish Film Institute. Documentos gentilmente cedidos por Isak Thorsen.

[75] Rielle Navitski, “‘The Arbiter of Elegance’: Psilander’s Stardom and Elite-Oriented Film Culture in Rio de Janeiro”, em *Kosmorama*, n. 267, 2017. Disponível em <<https://www.kosmorama.org/en/kosmorama/artikler/arbiter-elegance-psilanders-stardom-and-elite-oriented-film-culture-rio-de>>. Acesso em 13 abr. 2021.

[76] Rafael de Luna Freire, *Carnaval, mistério e gangsters: o filme policial no Brasil (1915-1951)* (tese), UFF, 2011, pp. 144-145.

filmes de sucesso ao invés de exibir “um cataplasma cinematográfico embora novidade”. O anúncio descrevia as lotações do dia anterior, quando mais de três mil pessoas teriam ido assistir *O tráfico de brancas* (*Den hvide Slavehandels sidste Offer*, dir. August Blom, 1911), primeira reprise programada.⁷⁷

Embora Staffa manifestasse em seu anúncio o desprezo pelos filmes americanos (o qual os Ferrez compartilhavam), ao longo de 1914, o cinema Parisiense já vinha lançando comédias americanas curtas da Keystone, estreladas por Mabel Normand, e importadas de Paris através de Aubert, que traziam no elenco um ainda desconhecido Charles Chaplin.⁷⁸ O cômico só começaria a se tornar mais conhecido do público no ano seguinte, quando foi então batizado pelo publicista Vasco Abreu com o nome de “Carlitos”.⁷⁹

Por fim, as críticas ao cinema italiano pelo anúncio de Staffa – certamente devido à especulação de preços dos filmes extras na Europa e à concorrência da AGC – lhe gerou problemas em seu país natal. Em 28 de outubro, um artigo assinado por Raul de Almeida, no jornal *A Noite*, acusou Staffa de criticar a produção italiana simplesmente para justificar sua economia de dinheiro ao fazer reprises no lugar da aquisição de novos filmes inéditos. Almeida saía, ainda, em defesa do cinema italiano: “Não há quem possa (ultimamente mesmo) afirmar que os filmes de Aquila, Celio, Cines, Ambrosio, Gloria, Savoia etc. não sejam, na sua maioria, trabalhos de primeira ordem, sentimentais, cheios de vida, graça etc., e onde se salientam artistas como Lyda Borelli, Gustavo Serena, Amleto Novelli, Victoria Lepanto, Maria Jacobini, Francesca Bertini e tantos outros”.⁸⁰

Além disso, o texto do anúncio de Staffa no *Correio da Manhã* foi traduzido e publicado na revista italiana *La Vita Cinematografica*, na sessão *Comunicati e proteste*, por A. Prevost, da Astra-Films de Milão, como um “*articolo indigno di un italiano*”, acompanhado de comentário do editor que chamava a atenção de todos os fabricantes para o distribuidor italo-brasileiro que difamava seu próprio país

[77] *Correio da Manhã*, 30 out. 1914, p. 10.

[78] Luciano contou em correspondência ao seu agente em Paris que Staffa recebia filmes de Vitagraph, Edison e Selig através de Louis Aubert. Carta de Luciano Ferrez a Nevière, Rio de Janeiro, 27 out. 1914, FF:FMF 2.2.2.1.10, AN.

[79] Igor Andrade Pontes, *Os caminhos de Carlitos: a exibição dos filmes de Charles Chaplin no Rio de Janeiro, suas histórias e seus personagens (1914-1922)* (dissertação), UFF, 2016, pp. 23-33.

[80] Raul Almeida, “À Empresa Cinematográfica Staffa”, em *A Noite*, 28 out. 1914, p. 4.

no exterior.⁸¹ Na verdade, ele havia sido traduzido e enviado para publicação na “principal revista italiana” por Enea Malaguti, que o recebeu pelo correio dos Ferrez, conforme relatava a eles: “Como os amigos verão, a tradução do artigo é seguida de umas considerações muito apimentadas”.⁸² O objetivo de Malaguti era mostrar “o reclame que o nosso patricio está fazendo das fábricas italianas”, desejando ironicamente que o artigo fosse lido especialmente pelos diretores da Itala, cujo representante no Brasil era Staffa.⁸³ Posteriormente, a carta de Raul de Almeida também foi transcrita na mesma *La Vita Cinematografica* para revelar o falso patriota que Staffa seria, nas palavras de Malaguti.⁸⁴

Na imprensa brasileira, a CCB também não perdeu a oportunidade e reagiu ao anúncio de Staffa, publicando o seguinte informe:

Modesta, porém afrontando e vencendo os enormes empecilhos da hodierna situação, plena de imprevistos, diante dos quais baqueiam Empresas e enfraquecem energias, a Companhia Cinematográfica Brasileira [...] não se recusa, mas apresenta, sem medir sacrifícios, os filmes inéditos do mais alto valor que se editam ainda no mundo cinematográfico.⁸⁵

Entretanto, ao contrário do que o anúncio dizia, a CCB também já tinha começado a realizar reprises, como a de *Os miseráveis* (*Les Misérables*, dir. Albert Capellani, 1913) e *Germinal* (dir. Albert Capellani, 1913), dois filmes longos da Pathé. Desse modo, a CCB afirmava pouco depois que, “numa época de crise como atualmente atravessamos”, o cinema Pathé estava funcionando com espetáculos mistos “no lugar das reprises de filmes de sucesso cujos triunfos e vantagens eram fáceis”.⁸⁶

[81] “Comunicati e Proteste”, *La Vita Cinematografica*, v. 5, n. 44-45, 30 nov.-7 dez. 1914, pp. 115-118.

[82] Carta de Enea Malaguti para Luciano Ferrez, Milão, 15 dez. 1914, FF:FMF 2.2.2.1.9, AN.

[83] Carta de Enea Malaguti para Julio Ferrez, Milão, 27 nov. 1914, FF:JF 2.1.2.8, AN.

[84] “Le Malignità dei Cinematografisti all’Estereo: A proposito del caso ‘Staffa’”, em *La Vita Cinematografica*, v. 6, n. 7, 22 fev. 1915, pp. 42-43. Não deve ser coincidência, mas talvez uma represália, o fato de que Malaguti e Nevière (e aparentemente, também Levy, Pathé e Gaumont) receberam cartas anônimas, em dezembro de 1914, dizendo que a CCB estava “à véspera da falência”. Ver Carta sem remetente a Enea Malaguti, Santos, 1º dez. 1914, FF:JF 2.1.2.8.12, AN; Carta de Luciano Ferrez a Nevière, Rio de Janeiro, 15 fev. 1915, FF:FMF 2.2.2.1.10, AN.

[85] *Correio da Manhã*, 27 out. 1914, p. 10.

[86] *Correio da Manhã*, 29 out. 1914, p. 16.

Assim, com a construção de um pequeno palco, o cinema Pathé havia passado a funcionar oficialmente como *music-hall*, desde 21 de outubro, apresentando cantores, cômicos e acrobatas, em sessões contínuas.⁸⁷ Apesar de sua rejeição pessoal à ideia, diante da escassez de filmes e para não fechar as portas, Luciano teria aceito a sugestão de Serrador que deu bons resultados na bilheteria em função da presença na cidade da companhia do empresário argentino Charles Seguin e das próprias circunstâncias da guerra:

Nós pudemos nos aproveitar de que há muitos artistas desempregados no Rio e em São Paulo, sejam alemães e austríacos [...] que não podem viajar e outros italianos, espanhóis e franceses que não querem voltar para seus países para não serem convocados. Veja que há dois meses trabalhamos com uma despesa média de 180 mil réis por dia. O Pathé que fazia uma [renda diária] média de 500 mil com a crise [em agosto], fez [em novembro] uma média de 900 mil réis.⁸⁸

Nem a salas da avenida Rio Branco conseguiram resistir totalmente à crise geral no fornecimento de filmes que levava muitos cinemas a se transformarem em teatros. Assim, a CCB passava a operar com apenas duas redes de locação, dos filmes estreados no Odeon e Avenida, enquanto o Pathé, com atrações de palco, passaria a lançar um número menor de filmes por semana, dos quais deveriam ser importados apenas um exemplar para exibição no próprio cinema, “escolhidas avulsamente no mercado mundial”.⁸⁹

Se a CCB tentava enfrentar a escassez de filmes novos diminuindo a quantidade de lançamentos, enquanto Staffa apelava para reprises, a crise afetou mais

[87] *Correio da Manhã*, 22 out. 1914, p. 12.

[88] Até março de 1914, a renda diária do cinema Pathé tinha sido sempre superior a um conto de réis. Ela começou a diminuir a partir de abril e atingiu seu menor valor em agosto de 1914. Assim, percebemos como a exibição do Kinetophone, em setembro, foi lucrativa, tendo gerado renda média diária de 2 contos com os filmes cantantes de Edison. De qualquer modo, o cinema Pathé parecia sair da crise mais aguda em novembro de 1914, quando a renda da sala retornou a um patamar próximo ao do início do ano. Ver carta de Luciano para Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 12-14 out. 1914; carta de Luciano para Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 11 dez. 1914, Rio de Janeiro, FF:JF 2.1.1.1, AN; Ricardo Figueiredo, Quadro comparativo, semestral, da Receita dos Cinemas no exercício de 1913-1914, 7 ago. 1914, FF-FMF 2.2.2.5.3.23.1, AN.

[89] Carta de Luciano para Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 21 out. 1914. FF:JF 2.1.1.1, AN. Tradução do francês.

intensamente outros exibidores cariocas, que não tinham o mesmo respaldo financeiro dos dois. Em setembro de 1914, o Éclair Palace fechou suas portas de vez e a Empresa Cinematográfica Arnaldo decretou falência. No final do ano, a massa falida da empresa exibidora foi leiloadada.⁹⁰

Já o cinema Palais, segundo a correspondência de Luciano Ferrez, também vinha sofrendo com a situação. O Coronel Mattos teria fechado uma das salas do cinema e dispensado uma das orquestras e um ajudante de projetorista. Entretanto, com o fechamento do Éclair, o Palais passava a ser a principal sala lançadora da AGC de Blum & Sestini. O fim da sala de Arnaldo, porém, não tinha sido boa para Jules Blum, que perdeu o nome da Éclair na fachada de um cinema lançador na Avenida, bem como um contrato de 10 contos mensais

[90] Em diversas correspondências, Luciano tratou em detalhes do que chamava de “*affaire Arnaldo*”. A Empresa Cinematográfica Arnaldo havia sido criada em outubro de 1913, com capital de 300 contos, fundamentalmente para a exploração do Éclair Palace. Segundo relato de Luciano, o cinema teve em seu início uma renda mensal de 36 contos, mas caiu para 22 e 19 contos, respectivamente, nos dois meses seguintes, enquanto as despesas mantiveram-se acima de 32 contos mensais, não conseguindo, portanto, reaver o capital investido. O construtor Manoel da Motta Moraes, que tinha investido 30 contos na sociedade, apresentou uma conta de 179 contos e, antes disso, Arnaldo teria pago 90 contos de luvas. Para arcar com essas contas, Arnaldo teria hipotecado duas vezes o imóvel, por 110 contos ao Banco Ultramarino, e depois ilicitamente por mais 40 contos a um vendedor de pedras chamado Loureiro, provavelmente um agiota, sem consultar a assembleia da Empresa Cinematográfica Arnaldo. Assim, a sociedade acumulava uma dívida quase igual ao seu capital social. O exibidor teria, então, convocado uma assembleia geral extraordinária para destituir o tesoureiro Antônio Joaquim Teixeira (o maior acionista da empresa, com 60 contos investidos). Teixeira foi retirado do cargo, mas o próprio Arnaldo também teria sido removido da direção da empresa que levava seu nome pelos demais acionistas. A questão foi levada à justiça, pois não havia dinheiro para pagar o construtor e nem as hipotecas. Além de perder o dinheiro investido, Arnaldo e Teixeira sofriam ameaça de processo pelos acionistas por má aplicação dos fundos sociais e pagamentos não autorizados. A falência foi declarada em 29 de setembro de 1914. O leilão do Éclair Palace foi anunciado e desmarcado diversas vezes a partir de dezembro de 1914. Seu proprietário, ao final, tornou-se o capitalista Manoel Motta, que o reabriu como teatro Trianon, em 16 de março de 1915. No ano seguinte, Staffa comprou de Motta o imóvel por 200 contos de réis e, depois de ameaçar transformá-lo novamente em cinema, reabriu o espaço como teatro. Arnaldo Gomes de Souza faleceu pobre e esquecido em 1941. Ver carta de Luciano Ferrez a Leon Jacob, Rio de Janeiro, 20 jul. 1914, FF: LF 2.0.2.2, AN; carta de Luciano a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 24 jul. 1914, 28 jul. 1914, 22 set. 1914, 29 set. 1914, 30 set. 1914, 10 nov. 1914, 20 fev. 1915, FF:JF 2.1.1.1, AN; *A Rua*, 8 jan. 1915, p. 3; A. Gonzaga, *Palácios e poeiras: 100 anos de cinema no Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: Record, 1996, p. 93.

para fornecimento de filmes.⁹¹ Ainda assim, Luciano Ferrez dizia que Mattos vinha perdendo dinheiro com a sala que ele continuava mantendo por capricho, já que a produção regular da Cines, Aquila, Celio e demais fábricas italianas representadas por Sestini seria ruim. Marc dizia a mesma coisa sobre Mattos e o Palais em sua correspondência ao filho Julio, na Europa: “Ele vai fechar quando cansar de perder dinheiro. Seus programas são fracos e pouco frequentados. Ele vai ver que a gente não ganha rios de dinheiro com cinema”.⁹²

Importante destacar que, referindo-se certamente ao músico Ernesto Nazareth (mesmo sem nomeá-lo), Luciano Ferrez dizia ainda que o Palais não tinha mais uma orquestra completa tocando na sala de espera, apenas “o pianista que conhecemos tão bem do [cinema] Avenida que toca maxixes e tangos”.⁹³

Em outubro de 1914, uma outra mudança do Palais foi a substituição do gerente da sala. No lugar de Gastão Fernandes, entrava Alberto Rosenthal, que teria longa carreira no comércio cinematográfico (figura 29).⁹⁴ Apesar dos comentários pessimistas (e talvez despeitados) dos Ferrez, em novembro, um anúncio do Palais divulgava a estreia de novos filmes, afirmando não ter repetido nenhum programa desde a sua abertura.⁹⁵

De qualquer modo, descrevendo um certo marasmo nos negócios, Luciano contava ao irmão que tinha pouco trabalho no escritório da CCB, torcendo para alguns filmes fazerem sucesso para poder mantê-los em cartaz por mais de uma

[91] Carta de Luciano a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 22 set. 1914, FF:JF 2.1.1.1, AN.

[92] Carta de Marc a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 14 out. 1914, FF:JF 2.1.1.3, AN. Tradução do francês.

[93] Carta de Luciano a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 29 set. 1914, FF:JF 2.1.1.1, AN. A bibliografia sobre Ernesto Nazareth, em geral, destaca apenas sua atuação como pianista do cinema Odeon, tomando como prova a gravação do tango *Odeon*, em 1909. Talvez ele tenha sido deslocado para o cinema Avenida em algum momento antes ou após a contratação da orquestra de damas francesas que passou a ocupar a sala de espera do Odeon, a partir da compra da sala pela CCB, em 1912. No site dedicado ao músico, é informado que ele teria deixado o cinema Odeon em 1913. Disponível em <<https://www.ernestonazareth150anos.com.br>>. Acesso em 12 jul. 2021.

[94] Carta de Luciano a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 3 out. 1914, FF:JF 2.1.1.1, AN. Alberto era filho de Madame (Sarah) Rosenthal, tradicional florista francesa com loja na rua do Ouvidor e, depois, na avenida Central. Ainda em 1910, a família Rosenthal já havia sido sócia do Kinema Kosmos, que funcionou durante alguns meses no térreo do prédio da Casa Rosenthal, na avenida Central, 134 (a loja de flores depois se transferiu para o número 183). Alberto Rosenthal veio a se tornar diretor-gerente da Fox no Brasil.

[95] *Gazeta de Notícias*, 19 nov. 1914, p. 6.

semana e economizar a programação, já que praticamente não tinham reservas de filmes novos. Um dos sucessos foi a comédia curta *Max à Monaco* (dir. Max Linder, 1914), favorecida pelo boato da morte, nas trincheiras da guerra, do popular comediante francês Max Linder. Mesmo depois de desmentida, a suposta morte do ator gerou enorme publicidade para o filme em cartaz no cinema Pathé.⁹⁶

Nesse cenário de dificuldades, Luciano permanecia atento a possíveis oportunidades. Quando correu a notícia de que Portugal preparava uma expedição militar para garantir a segurança de suas colônias na África, o gerente da CCB telegrafou à Companhia Cinematográfica Portuguesa para encomendar a filmagem do embarque das tropas, da qual ele compraria três cópias a 2 francos o metro. Os portugueses, porém, pediram 5 francos por metro e pagamento à vista pelo filme pronto de 300 metros. Tendo recusado a proposta, mas querendo ainda lucrar em cima do patriotismo da colônia portuguesa no Rio de Janeiro, Luciano chegou a sugerir que Julio arranjasse uma câmera e fosse ele mesmo a Portugal fazer um filme de atualidade. Ele havia pensado também em enviar "*le petit Botelho*" a Portugal (provavelmente se referindo a Paulino, irmão mais novo de Alberto), mas o cinegrafista não podia sair do Brasil, pois pretendia lucrar com a posse do novo governo federal em novembro, certamente fazendo filmes de encomenda. Além disso, havia custos mais elevados para a compra da passagem de ida e volta da Europa, enquanto Julio já estava no velho continente.⁹⁷

Naquele momento de enorme interesse pelas notícias da guerra, os filmes de maior sucesso eram os cinejornais europeus, tanto que era comum a disputa entre as edições mais atuais do *Pathé Jornal* e do *Gaumont Jornal*, lançados pela CCB, com o *Éclair Jornal*, distribuído pela AGC.

No Brasil, o noticiário também chamava muita atenção. Apesar do fim do estado de sítio em outubro, depois de sete meses, ainda havia tensão e risco de golpe militar antes de o novo presidente, o civil Venceslau Brás, tomar posse em 15 de novembro no lugar do Marechal Hermes da Fonseca. A imprensa atacava fortemente o ex-presidente, e tanto o exército como a marinha se colocavam em defesa da honra do Marechal.⁹⁸

[96] Carta de Luciano a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 12-14 out. 1914, FF:JF 2.1.1.1, AN.

[97] Carta de Luciano a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 13 out. 1914, FF:JF 2.1.1.1, AN.

[98] Carta de Luciano Ferrez a Nevière, Rio de Janeiro, 10 nov. 1914, FF:FMF 2.2.2.1.10, AN; carta de Luciano a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 10 nov. 1914, FF:JF 2.1.1.1, AN.

Diante não somente da crise econômica, mas também das convulsões sociais que ela vinha provocando, situação muito mais complicada do que a da poderosa CCB era a dos pequenos e médios exibidores. Ao redor do Brasil, muitas salas de cinema fecharam no segundo semestre de 1914. No Rio de Janeiro, podemos mencionar as dificuldades do exibidor Enéas Paiva como exemplo. Proprietário dos cinemas Colombo e Elegante – frequentados pelos moradores do Estácio e Catumbi, e do Rio Comprido e São Cristóvão, respectivamente⁹⁹ –, Paiva havia se associado, no ano anterior, a Julio Ferrez na exploração do antigo cineteatro Chantecler, renomeado como cinema Max, em homenagem ao astro Max Linder. Nessa sociedade, Julio entrou com a sala e instalações, enquanto Paiva teria se responsabilizado pelo capital de giro, administração do cinema e pendências da empresa Julio, Pragana & Cia.¹⁰⁰ Conforme Paiva, sua vantagem no negócio era o acordo para estrear no Max as quartas cópias dos lançamentos da CCB (as três outras lançadas no Odeon, Pathé e Avenida), aproveitando os filmes excedentes desses programas em suas duas outras casas.¹⁰¹

Segundo relato de Paiva, ele teria investido no Max cerca de 60 contos, todo o lucro do Colombo em 1913, enquanto o Elegante tinha permanecido fechado para reformas. Inaugurado em janeiro de 1914, o cine Max fez sucesso, começando com renda de 4.922\$000 em janeiro, mas já chegando a 9 contos de réis em julho.¹⁰² A partir daí, coincidindo com a viagem de Julio à Europa, começaram os problemas. Serrador e Bittencourt teriam ordenado a suspensão da exibição dos filmes da CCB em primeira linha no cinema de Paiva devido a reclamações do concorrente Manoel Pinto, do cinema Ideal, que ficava a poucos quarteirões de distância do Max e que exibia os filmes da CCB em segunda linha.¹⁰³

[99] *A Rua*, 1º jul. 1914, p. 2.

[100] A sociedade só foi liquidada em 24 de setembro de 1914. Ver certidão dos autos de liquidação, FF:JF 2.5.1.1.2, AN.

[101] Carta de Enéas Paiva para Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 7 nov. 1914, FF:JF 2.1.2.4, AN. No fundo Família Ferrez, essa carta é descrita como remetente não identificado, mas pudemos identificar se tratar do exibidor Enéas Paiva.

[102] Os 9 contos mensais do Max parecem pouco em relação às altas rendas dos cinemas da avenida Rio Branco, mas estas eram exceção. Em comparação com outras salas de exibição da CCB, como o Édén de Niterói e o Comércio e Polythema, em Minas Gerais, pode-se ter uma noção do patamar mais comum de renda dos cinemas dessa época e avaliar o bom desempenho do cinema administrado por Paiva.

[103] Cabe aqui corrigir o período de funcionamento desses cinemas indicado por Alice Gonzaga, que informou o funcionamento do Max somente durante o mês de janeiro de 1914

Deixando de ter uma sala lançadora, a receita dos cinemas de Paiva diminuiu e ele passou a exhibir, em segunda mão, os lançamentos de Staffa, o que provocou ameaças dos mesmos Serrador e Bittencourt. Devido aos gastos com as obras do Elegante e à crise geral, Paiva ficou sem pagar suas contas com a CCB durante os meses de agosto e setembro. Em fins de setembro, faltando pouco para quitar seu débito, segundo o lamento de Paiva a Julio, “o sr. Luciano, estúpida e grosseiramente, suspendeu-me as fitas, proporcionando-me o maior desgosto que um negociante sério pode ter na sua carreira!”. O exibidor certamente se referia à decisão de Luciano de só alugar filmes da CCB com pagamento à vista.¹⁰⁴

O próprio Luciano, em carta a Julio, comentou o pedido de dinheiro de Paiva para saldar dívidas com Amadeu Macedo, sócio da empresa original do Chantecler. Em novembro, Paiva descrevia sua complicada situação, que representava a mesma vivida por vários exibidores naquele momento: “Estou fazendo teatro no Colombo e Elegante e já tenho proposta para alugá-los ao Gomes Nogueira por contrato”.¹⁰⁵ Já o Max (ex-Chantecler), em janeiro de 1915 estaria alugado a um empresário que abriu um certo tipo de “tiro ao alvo”.¹⁰⁶ Certamente, tratava-se de algo semelhante ao *rambolk*, espécie de boliche que Paschoal Segreto mantinha há anos na Maison Moderne. Nesses casos, a

e a inauguração do Elegante apenas em 1915 (A. Gonzaga, *Palácios e poeiras: 100 anos de cinema no Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: Record, 1996, p. 290). Conforme carta de Enéas Paiva a Julio Ferrez, o Elegante era uma sala anterior ao Max, tendo fechado para obras e sendo reinaugurada em 19 de setembro de 1914. Já o Max abriu em janeiro de 1914, mas continuava funcionando até novembro de 1914, quando a correspondência foi escrita. Carta de Enéas Paiva para Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 7 nov. 1914, FF:JF 2.1.2.4, AN.

[104] Carta de Enéas Paiva para Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 7 nov. 1914, FF:JF 2.1.2.4, AN.

[105] Segundo informou Luciano, em correspondência posterior à carta de Paiva a Julio, o exibidor se tranquilizou, já que a reabertura do Elegante, após a reforma, iria ajudar nas receitas do Max e do Colombo, voltando a pagar pelo fornecimento de filmes da CCB. Entretanto, em dezembro de 1914, houve um incêndio no imóvel atrás do Max e o fogo se comunicou com a cabine de projeções do cinema, queimando, inclusive, acessórios e figurinos da companhia de teatro Brandão. Quanto ao interesse de Gomes Nogueira em alugar uma sala de exibição no Rio de Janeiro, ele de fato já estava à frente do cinema Velo, na Tijuca, em agosto de 1914. Carta de Luciano a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 11 dez. 1914, FF:JF 2.1.1.1, AN

[106] Dois meses depois, o Max (ex-Chantecler) foi anunciado para aluguel novamente. Ele reabriu em outubro de 1915, como cinema Olympia, propriedade apenas de Paiva, e não em 1917, como indicou Alice Gonzaga. *Correio da Manhã*, 4 mar. 1915, p. 5; carta de Luciano a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 5 jan. 1915, FF:JF 2.1.1.1, AN. Sobre o *rambolk*, ver W. S. N. Martins, *Paschoal Segreto: “Ministro das Diversões” do Rio de Janeiro (1883–1920)* (dissertação), UFRJ, 2004, p. 61.

exibição cinematográfica servia apenas de disfarce para a mais lucrativa exploração de jogos de azar, o que já tinha sido, inclusive, tipificada como contravenção pelo Decreto 2.321, de 30 de dezembro de 1910.¹⁰⁷

No final desse ano marcado por grave crise, Luciano e Julio começaram a discutir mais detalhadamente um futuro separado da CCB. Os irmãos manifestavam o desejo de trabalhar de forma independente assim que pudessem se arranjar diretamente com fábricas europeias. Naquele contexto de ausência de perspectivas de melhora a curto prazo, a insatisfação de Luciano com os diretores da companhia ficava cada vez mais evidente, como escrevera ao irmão em novembro de 1914:

Você sabe tão bem quanto eu quão pouco você e eu apreciamos os dois diretores [Serrador e Bittencourt] depois que, durante dois anos, tivemos a oportunidade de vê-los trabalhando. Você pôde julgá-los tão bem e até melhor do que eu, e todos nós e papai estamos enfurecidos com sua maneira de agir não apenas em relação a nós, em termos de consideração e finanças, mas também em relação a nossos amigos, os fabricantes.

Eles não têm consideração pelas nossas relações financeiras que os salvam de todas as situações difíceis, nem pelo nosso adiantamento de fundos que eles não amortizam, nem pelo nosso trabalho zeloso, nem pelas nossas relações na Europa sem as quais eles nada poderiam ter conseguido.

Eles têm palavras bonitas, promessas bonitas etc... mas você sabe que eles não as cumprem.

Isso é mais do que descontentamento, especialmente quando você sente que poderia ganhar mais dinheiro sozinho, sem tantos problemas e responsabilidades.

Além disso, somos obrigados a suportar as consequências de suas várias besteiras e os resultados de inimizades que eles podem despertar.

Do meu lado, eu espero pacientemente porque financeiramente não posso

[107] O artigo 31 do Decreto 2.321/1910 estabelecia como “jogo proibido” todo tipo de loteria ou rifa não autorizada, definindo-as como “qualquer operação, sob qualquer denominação, em que se faça depender da sorte, qualquer que seja o processo de sorteio, a obtenção de um prêmio em dinheiro ou em bens moveis ou imóveis”. Não à toa, o decreto especificava processos de sorteio que envolvessem “vistas cinematográficas”. Ver F. S. Magalhães, *Ganhou, leva... do vale impresso ao vale escrito: uma história social do jogo do bicho no Rio de Janeiro* (tese), UFRJ, 2005, p. 193.

fazer de outro jeito, mas minha maior vontade é mandar a CCB passear e seguir sem a minha participação, se ela é tão ruim.

Por outro lado, não quero deixar a CCB se não for em bons termos e quando todos tivermos cumprido nossa parte do acordo e nossos interesses estiverem assegurados

Da mesma forma, reconheço que a CCB, com seu grande estoque [de filmes] e várias salas de exibição, é *uma força* que deve ser respeitada e administrada para negócios futuros.

É por isso que mantenho minhas boas relações com os Diretores, eu obedeço docemente como um carneirinho e espero que você me conte as ideias que você tem para os futuros negócios (grifo do original).¹⁰⁸

Luciano seguia explicando que, tendo participado da última reunião da CCB, ficou-lhe evidente que os diretores jamais ganhariam mais de um conto de réis e, portanto, ele não desejava continuar trabalhando dia e noite para manter esse mesmo salário e ainda arcar com todas as responsabilidades que a gerência geral do Rio trazia. Como dizia em sua carta, parecia ficar mais evidente para Luciano que eles poderiam “ganhar mais dinheiro” fora da CCB e sem tantos transtornos. Afinal, a suspensão do pagamento dos dividendos aos acionistas, relativo ao primeiro semestre de 1914, tinha privado os Ferrez de mais de 20 contos de réis.¹⁰⁹ Além dos cariocas, o não pagamento dos dividendos teria incomodado os acionistas mineiros Gomes Nogueira e Vivaldi Leite Ribeiro, uma vez que Serrador e Bittencourt sequer enviaram comunicados sobre a decisão. Além de não prestarem contas da renda obtida com as cópias exibidas e distribuídas em São Paulo, os diretores da CCB não colaboravam no pagamento das faturas que se concentravam na filial carioca e, eventualmente, ainda pediam ajuda para arcar com os pagamentos da alfândega de Santos para retirada de filmes italianos chegados lá.¹¹⁰

[108] Carta de Luciano a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 23 nov. 1914, FF:JF 2.1.1.1, AN. Tradução do francês.

[109] Considerando que Marc, Luciano e Julio tinham juntos 1.588 ações da CCB e que o valor do dividendo distribuído por ação, referente ao segundo semestre de 1913, foi de 15\$000 réis, chega-se ao valor de 23:820\$000 réis. Companhia Cinematographica Brasileira, *Relatório da Directoria para ser apresentado em Assembléa Geral a realizar-se em 29 de setembro de 1914*, São Paulo: Typ. Cardozo Filho & Comp, p. 4.

[110] Carta de Luciano a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 11 dez. 1914, FF:JF 2.1.1.1, AN; carta de Marc a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 25 nov. 1914, FF:JF 2.1.1.3, AN.

Mostrando a diferença de pontos de vista entre eles, Luciano relatava que Serrador não queria ter mais do que dois cinemas na avenida Rio Branco (ao invés dos três de então), desejando não renovar o contrato com o Odeon e fazer obras de ampliação no cinema Avenida. Assim, Luciano confienciava ao irmão que, se ele concordasse, poderiam vir a conseguir o Odeon, pois o contrato com a CCB se encerraria em julho do ano seguinte, o que tornaria possível alugá-lo por um valor de apenas quatro contos mensais.¹¹¹ Ou seja, administrando as três salas da avenida desde 1912 e percebendo a potencial lucratividade delas mesmo em tempos de crise, os Ferrez planejavam, em fins de 1914, seguir no ramo da exibição fora da CCB, sobretudo em meio às crescentes dificuldades no negócio de distribuição.

Por outro lado, a perspectiva para o novo ano não parecia nada boa: as receitas dos cinemas Odeon, Avenida e Pathé continuaram caindo no segundo semestre de 1914. Ao final do ano, a queda nos lucros das salas de exibição sob a responsabilidade da sucursal carioca, em relação a 1913, tinha sido de inacreditáveis 60%.¹¹²

A situação, porém, era complicada para toda a CCB, inclusive nos negócios de distribuição de filmes, já que a renda com aluguel de cópias pelas sete agências da CCB, espalhadas ao redor do Brasil, caíra 16% no primeiro semestre de 1914 em relação ao semestre anterior, seguido por uma queda ainda maior, de 26%, no segundo semestre daquele ano, quando foram, inclusive, fechadas as agências de Juiz de Fora e Curitiba.¹¹³

Nesse contexto de queda nos lucros e encolhimento dos negócios, a relação entre os Ferrez e Serrador continuaria a se deteriorar até o rompimento definitivo no início de 1915.

[111] A CCB era arrendatária de todo o prédio na esquina da rua Sete de Setembro com a avenida Rio Branco, pelo qual pagava 14 contos, sendo que recebia 10 contos pela sublocação dos demais andares. Portanto, o aluguel do espaço ocupado pelo cinema custava, na prática, 4 contos. Ver Companhia Cinematographica Brasileira, Despesas de custeio dos três cinemas da Avenida Rio Branco, Rio de Janeiro, s.d. [1915], FF:FMF 2.2.2.5.2.10, AN.

[112] Porcentagem obtida a partir de: Ricardo Figueiredo, Demonstração de receita e despesas dos cinemas, de maio de 1912 a dezembro de 1914, Rio de Janeiro, 26 jan. 1915, FF:FMF 2.2.2.5.3, AN.

[113] A renda com aluguel de filmes pelas agências da CCB (Belo Horizonte, Curitiba, Juiz de Fora, Porto Alegre, Recife, Salvador e A Competidora, em São Paulo) caiu de 455 para 381 contos de réis entre o segundo semestre de 1913 e o primeiro semestre de 1914, diminuindo para 280 contos no segundo semestre de 1914. Ricardo Figueiredo, Quadro demonstrativo das receitas das agências, desde julho de 1913 até dezembro de 1914, Rio de Janeiro, 28 jan. 1915, FF:FMF 2.2.2.5.3, AN.

O fim do truste

Em meio às dificuldades e transtornos, nas cartas de Luciano Ferrez enviadas para Julio, ao longo de janeiro de 1915, suas queixas quanto às atitudes da matriz da CCB em São Paulo se avolumaram. Luciano reclamava que a matriz demandava da filial carioca uma cópia de todos os filmes importados e não pagava por elas ou prestava satisfações. Como os filmes importados passavam a vir, devido à crise, em apenas três ou duas cópias, tornava-se inviável explorar o restante do país. Luciano se perguntava: “O que eles fazem do dinheiro que devem receber da exibição e dos aluguéis de filmes?”¹¹⁴

Além disso, o relato de Luciano reiterava que outros acionistas também estavam insatisfeitos, descrevendo para o irmão um plano traçado pelo grupo que se opunha ao de Serrador no interior da CCB, representado pelos mineiros Vivaldi Leite Ribeiro e Gomes Nogueira, mas também por Ignarra (que se mudara para o Rio de Janeiro) e pelos demais acionistas cariocas. A intenção deles era solicitar a convocação de uma assembleia geral extraordinária da CCB, até o final do mês de janeiro, para apresentar a proposta de cindir a administração da companhia entre São Paulo e o resto do Brasil, tal como Luciano e Julio já vinham discutindo há meses. A ideia era que a filial do Rio pagasse as dívidas atrasadas com os fornecedores na Europa e continuasse fazendo a importação dos filmes, fornecendo aos paulistas uma cópia de todos os títulos a preço de custo, “como antigamente Serrador fazia conosco”, conforme Luciano se referia à relação entre Serrador e a MF&F estabelecida em 1908. A intenção clara era isolar o grupo dos exibidores paulistas – Serrador, Gadotti e Bittencourt –, exigindo que a matriz de São Paulo pagasse pelos filmes que a companhia importava.¹¹⁵

A saúde financeira da CCB mostrava-se prejudicada diante do dilema de ter que pagar os débitos anteriores, mas faturando menos num momento de câmbio desfavorável e de importação de um menor volume de filmes.¹¹⁶ Fazia sen-

[114] Carta de Luciano a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 5 jan. 1915, FF-JF 2.1.1.1, AN. Tradução do francês.

[115] Carta de Luciano a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 5 jan. 1915, FF-JF 2.1.1.1, AN. Tradução do francês. Numa anotação manuscrita de Luciano Ferrez, é informado que “se a matriz tivesse que pagar as faturas das fitas que recebe [...] teríamos aqui no Rio que receber nunca menos de 40:000\$000” (Metragem remetida para a matriz [em 1914], Rio de Janeiro, 5 jan. 1915, FF:FMF 2.2.2.5.1.85, AN).

[116] Em carta para a CCB, Julio descreveu como havia conseguido, devido à crise, diminuir

tido, portanto, o projeto de Luciano e de sua família de se manter na CCB, mas ganhando independência da matriz. Segundo suas contas, as despesas com a importação de filmes giravam em torno de 80 contos de réis por mês, exatamente a renda então obtida com a distribuição na capital federal e nos estados atendidos pela filial carioca da CCB. O lucro da companhia só tinha como vir, portanto, dos três cinemas da avenida Rio Branco e dos negócios em São Paulo. Desse modo, Luciano tinha certeza da impossibilidade de continuar alimentando o mercado de São Paulo de filmes novos sem o devido retorno financeiro à companhia. Igualmente, não seria mais possível testemunhar a diretoria não distribuir dividendos aos acionistas – os lucros suspensos do segundo semestre de 1914 começaram a ser pagos, mas em prestações¹¹⁷ – e nem sanar as dívidas com os fornecedores na Europa, apesar das repetidas cobranças enviadas pela sucursal carioca.¹¹⁸

Em carta de 25 de janeiro, Luciano relatava como Serrador e Bittencourt se esquivaram de convocar a assembleia, alegando dificuldades práticas, além dos possíveis prejuízos econômicos e à imagem da CCB do projeto de cisão. Na visão dos Ferrez, Serrador percebia que São Paulo estava na miséria e não tinha coragem de dispensar Bittencourt e outros aliados, já que ele não teria capital para manter tantos diretores no caso de cisão da companhia. Entretanto, não havia muito o que fazer, já que o grupo de Serrador detinha, por uma pequena margem, a maioria das ações, ressaltava Luciano, prevendo assim a possibilidade deles próprios saírem da CCB após sanarem as dívidas.¹¹⁹

Muitas coisas ocorreram no início de fevereiro e aceleraram os desdobramentos. Elas foram descritas por Luciano numa longa carta no dia 20 de fevereiro, escrita em português, que representa um relato detalhado da sua saída da CCB. Inicialmente, Luciano contava mais uma vez que ele e outros acionistas

de três para duas as cópias importadas da Ambrosio, e de quatro para três da Pathé e Gaumont. Carta de Julio Ferrez aos Diretores da CCB, Genebra, 20 mar. 1915, FF:FMF 2.2.2.1.3, AN.
[117] Carta de Luciano a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 11 maio 1915, FF:JF 2.1.1.1, AN. Nessa mesma carta, Luciano dizia que o balanço da CCB relativo ao segundo semestre de 1914 ainda não havia sido apresentado à assembleia.

[118] Carta de Luciano a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 5 jan. 1915, FF:JF 2.1.1.1, AN.

[119] Carta de Luciano a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 25 jan. 1915, FF:JF 2.1.1.1, AN. Do total de 20 mil ações da CCB, somente Serrador e Gadotti possuíam juntos 5.171 ações. Com as 374 de Antonio Bittencourt, chegavam a 5.545, mais do que as ações de Ignarra, Gomes Nogueira, Vivaldi e os Ferrez somadas, que juntas não chegavam a 4 mil.

seguiram decididos a criar “duas companhias autônomas, porém, apenas ligadas na questão de compras”. Segundo essa ideia, o “Rio ficaria com os seus três cinemas e os de Minas [Gerais] e as agências [nos demais estados] e se comprometeria a pagar todas as dívidas existentes aqui (na Europa e na praça [...]). S. Paulo ficaria limitado como sempre o foi a S. Paulo na sua exibição e aluguel, e pagaria pelo preço de custo as fitas que lhe fossem fornecidas”.¹²⁰

Segundo esse relato de Luciano, a insatisfação com Serrador se devia ainda por ele não atender aos pedidos dos acionistas “de não adquirir prédios nem fazer reformas, não comprar fitas caras”.¹²¹ Apesar desses gastos excessivos – tais como as aquisições dos “filmes extras” italianos, das quais os Ferrez vinham se queixando há vários meses –, Luciano apontava que Serrador pressentia não poder arcar com os filmes e dívidas, contando somente com a praça de São Paulo, que “nunca pagava as fitas que absorvia”. Ainda assim, com o grupo de Serrador tendo a maioria dos votos, a proposta não foi levada à assembleia. Por outro lado, Bittencourt sentiu que seu grupo estava ficando isolado. Se Francisco Serrador possuía individualmente a maioria das ações do grupo paulista, Bittencourt poderia ser prejudicado por ser um pequeno acionista, vindo a perder o cargo na diretoria e as comissões decorrentes dessa posição.¹²²

Assim, Bittencourt e Serrador enviaram uma carta propondo uma série de medidas de centralização da CCB na matriz paulista e de fiscalização da sucursal carioca, julgadas “absurdas” por Luciano, incluindo a “colocação de relógios (como de bondes) nas bilheterias e contagem dos bilhetes arrecadados nas bilheterias”. O grupo de Serrador tentava virar o jogo contra a sucursal carioca.

Seguindo essa estratégia, após o envio da carta, Bittencourt e Serrador

[120] Carta de Luciano a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 20 fev. 1915, FF-JF 2.1.1.1, AN. A não ser quando indicado, as citações seguintes são desse documento.

[121] As fontes não são explícitas nem conclusivas, mas aparentemente a CCB passou de oito salas em São Paulo (Coliseu dos Campos Elísios, Pathé Palace, Marconi, Bijou, Theatro São Paulo, Íris-Theatre, Colombo e Radium) para onze (com mais o Ideal, Skating-Palace e Barra Funda) e, finalmente, para quinze (acrescidos do Rio Branco, Guarany, High-Life, Roma e Paris), entre 1912 e 1915.

[122] Em carta confidencial, enviada poucos meses depois, a datilógrafa do escritório da sucursal carioca da CCB, Carolina Espinheira, relatava a Julio que Ricardo Figueiredo, contador indicado por Serrador, lhe havia dito, entre outras coisas, que “Bittencourt devia mais de 100 contos à companhia sem ter por onde pagasse”. Carta de Carolina Espinheira a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 1º maio 1915, FF:JF-2.1.2.3, AN.

vieram de São Paulo para o Rio conversar pessoalmente com o gerente da filial carioca. O relato de Luciano sobre o episódio é muito vívido:

Depois de muitos rodeios e conversas me explicaram o seguinte: Em São Paulo, o [tesoureiro] Gadotti é quem estragava todo o negócio, pois fazia da Caixa da Companhia uma espécie de caixa sua e não havia regularidade em nada. O Serrador vivendo com ele há já anos, vivia por assim dizer, em contato direto minuto a minuto e não podia fazer observações.

Diante dos desvios nas contas e de “filhotismo administrativo”, os dois chegaram à conclusão de que os três diretores não podiam ficar juntos em São Paulo. Como solução, Bittencourt poderia corrigir os abusos na matriz e carregar “sobre si as inimizades” (isto é, cuidar de Gadotti) se Serrador viesse se instalar no Rio de Janeiro, reconhecendo como o trabalho na sucursal era grande e, assim, assumindo a “exibição e distribuição” da sucursal carioca, enquanto Luciano ficaria apenas com a “parte comercial”.¹²³

Já muito “amolado” pelas intrigas e pela recusa do projeto de divisão da companhia, Luciano teria respondido ao que chamou de proposta “humilhante” que representaria uma tutela sobre sua gerência:

Eu considero a vinda do sr. Serrador aqui no Rio como um insulto à minha dignidade, porque equivale a dizer-se que meu mano e eu não soubemos administrar isto, ao passo que os livros [contábeis] e todo o Rio, além do [pessoal do] escritório, sabem que somos nós os sustentáculos da CCB.

Indignado com a sugestão de fiscalização sobre seu trabalho (e com orgulho ferido), Luciano dizia ainda discordar das ideias de Serrador para a exibição no Rio de Janeiro, que seria trocar os programas diariamente num cinema (tal como era feito em São Paulo) e repeti-los, em seguida, nas duas outras salas. Ao irmão dizia que a sugestão para que ficasse encarregado da “parte comercial” seria apenas um consolo, pois a CCB ainda precisaria “do nosso prestígio para obter as fitas,

[123] Sobre os desdobramentos posteriores em relação à Gadotti, sócio de Serrador desde os tempos de Curitiba, ver meu artigo: “A Companhia Cinematográfica Brasileira e a Marc Ferrez & Filhos: discutindo a relação entre Francisco Serrador e a família Ferrez (1912-1915)”, em *Vivomatografias*, v. 6, n. 6, dez. 2020, pp. 144-145.

sem conhecimento de como se comportar no exterior e na alfândega”. Diante dessa proposta, Luciano contou ao irmão que apresentou, então, seu pedido de demissão: “As coisas se azedaram, houve bate-boca e separamo-nos meio azedos”.

Marc também relatou o episódio a Julio, escrevendo que, diante das reclamações constantes de Serrador, “Luciano, apesar de sua calma habitual, lhe disse umas verdades”, e afirmou ainda que se a diretoria achava tudo tão ruim na filial carioca, que tomassem conta dos negócios sem ele. Segundo o relato, talvez não tão imparcial do pai sobre o ocorrido com seu filho, Serrador e Bittencourt quase ficaram de joelhos implorando que Luciano reconsiderasse o pedido de demissão.¹²⁴

Voltando ao relato do próprio Luciano, durante dias Serrador e Bittencourt teriam tentado convencê-lo a voltar atrás, mas ele não aceitou. Passado mais tempo (e o carnaval), o patriarca Marc interveio na briga, falando diretamente com o presidente Camargo sobre como o rompimento entre Luciano e Serrador era definitivo, e combinando o pagamento da participação dos Ferrez na CCB em várias letras de câmbio. Essas promissórias, em suaves prestações, foram assinadas por Serrador e Camargo, o que concretizou a saída dos Ferrez da empresa.¹²⁵

Na mesma carta escrita a Julio, Luciano mostrava-se confiante na situação de sua família diante do rompimento que resultava de um desgaste progressivo:

O que pode estar certo é de que o senhor do Brasil e da situação somos nós pois temos a simpatia financeira, a simpatia moral quer nos bancos, quer nos fregueses, quer em qualquer empregado d'aqui ou dos Estados, e temos amigos todos na imprensa e nos fornecedores.

De outro lado sabes onde debes bater e com quem podes contar na Europa de formas que estamos com tudo na mão e podem o Serrador e Bittencourt bater com o pé com as cabeças e podem falar em grandeza da CCB e em centenas de contos, garantias etc. que nada d'isto pega.

Apesar da confiança, Luciano mostrava-se também cauteloso com o futuro da família fora da CCB:

[124] Carta de Luciano a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 14 fev. 1915, FF:JF 2.1.1.1, AN.

[125] Carta de Luciano a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 20 fev. 1915, FF:JF 2.1.1.1, AN; carta de Marc a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 21 fev. 1915, FF:JF 2.1.1.3, AN.

Não nos convém saltar, desde já, estabelecendo-nos por conta própria, porque os 14 programas a vir de Pathé são muito fracos e os de Gaumont também o são. A praça está arrebitada, não temos ainda bastante capital e nada podemos arranjar aí sem nova carta minha para se poder traçar a linha de conduta.

Ou seja, com o mercado cinematográfico brasileiro ainda em grave crise, eles precisavam ser cuidadosos.

Em resposta a esses acontecimentos, em 13 de março, escrevendo da Suíça, Julio Ferrez apresentou sua carta de demissão em solidariedade ao irmão, mas afirmando, em correspondência seguinte, que permaneceria orientando as compras da CCB na Europa enquanto Luciano permanecesse no escritório do Rio.¹²⁶ A saída dos Ferrez da CCB estava oficializada.

Em carta de 16 de março, Luciano contava que Serrador estava furioso com a previsão de que a empresa Marc Ferrez & Filhos se estabeleceria novamente no mercado após o rompimento com a CCB, argumentando que o momento era ruim e que seria imoral da parte dos ex-sócios virarem concorrentes após terem vendido suas representações três anos antes. Entretanto, Luciano argumentava que não havia impedimentos legais para isso no contrato assinado em 1912, e por isso era importante que Julio escrevesse logo aos fornecedores na Europa explicando a cisão.¹²⁷ A essa altura, Marc já estava decidido a ir a Paris para tratar da representação da Pathé e Gaumont, dependendo apenas de como e quando se daria a saída de Luciano do escritório da CCB.¹²⁸

Embora a demissão de Julio e Luciano da gerência da filial carioca tenha sido oficializada em 24 de março, no início de abril Luciano ainda estava trabalhando no escritório da CCB para passar os negócios para Serrador, embora não assinasse mais nenhum documento bancário e já tivesse entregado as chaves do cofre.¹²⁹ Luciano comentava com o irmão as possibilidades de virem a

[126] Cartas de Julio Ferrez aos Diretores da CCB, Genebra, 13 mar. 1915 e 20 mar. 1915, FF:-FMF 2.2.2.1.3, AN.

[127] Carta de Luciano para Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 16 mar. 1915, FF:JF 2.1.1.1, AN. Os Ferrez solicitaram ao advogado Zeferino de Faria um parecer que confirmasse não haver cláusula alguma no contrato de 1912 que impedisse a MF&F de se reestabelecer no mercado em concorrência com a CCB. Ver Zeferino de Faria, Parecer, 2 jun. 1915, FF:FMF 2.2.2.4, AN.

[128] Carta de Luciano para Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 20 mar. 1915, FF:JF 2.1.1.1, AN.

[129] Em 24 de março de 1915, a demissão de Luciano foi aceita e Serrador foi incumbido de assumir a administração da sucursal carioca. Ver carta de Marc a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 5

trabalhar para a CCB – como agentes, tal como Sestini – ou em concorrência a ela, no campo da distribuição. Essa segunda hipótese era a mais dura, mas dizia que os exibidores, potenciais clientes, estavam ao seu lado por conta das muitas besteiras de Serrador.¹³⁰

Nessa correspondência e na do dia 8 de abril, Luciano tratou em mais detalhes sobre os planos futuros. Informava que Serrador estava furioso pelo fato de que os contratos de representação da Pathé e das demais empresas que a MF&F tinha vendido para a CCB, três anos antes, já estavam vencidos àquela altura e porque não havia cláusula alguma que impedisse a MF&F de retomá-los para si: “Serrador pensou que nós seríamos seus escravos para sempre e que nós jamais poderíamos fazer negócios em cinema, que ele havia comprado nossa empresa e o nome Marc Ferrez e que nossa inteligência estaria permanentemente a seu serviço”.¹³¹

Na verdade, apesar da incorporação da MF&F pela CCB, o contrato de representação exclusiva da Pathé com o Brasil continuou sendo feito com a razão social Marc Ferrez & Filhos.¹³² Além disso, devido à guerra e à presença de Charles Pathé nos Estados Unidos, não se fez questão de renovar o contrato

abr. 1915, FF:JF 2.1.1.3, AN; carta de Luciano a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 7 abr. 1915, FF:JF 2.1.1.1, AN; carta de diretoria da CCB a Luciano Ferrez, São Paulo, 24 mar. 1915, FF:FMF 2.2.2.1.2, AN; carta de diretoria da CCB a Francisco Serrador, São Paulo, 24 mar. 1915, FF:FMF 2.2.2.1.2, AN.

[130] Através da correspondência de Luciano, é possível apreender que algumas das “besteiras” atribuídas a Serrador incluíam fazer reprise nos cinemas da CCB de filmes que já tinham sido alugados para a segunda e terceira linha, concorrendo com esses exibidores e prejudicando a “freguesia do subúrbio”; ou cobrar preços de filmes extras para produções que não condiziam com esse valor. Numa folha em português anexada à correspondência ao irmão, de 11 de maio de 1915, Luciano fez uma enorme lista de tudo de ruim que Serrador vinha fazendo desde que assumiu a sucursal carioca, de maus negócios no aluguel dos imóveis da empresa à diminuição do salário de todo os funcionários que não o adulassem: “Fez ainda lançar o aluguel da casa que ocupa com sua família na avenida da Ligação [atual avenida Oswaldo Cruz, que liga o bairro do Flamengo à Botafogo] como despesas da CCB, no que ninguém poderá concordar pois tem ordenado e comissão para se sustentar”. Outro ponto de discórdia com os Ferrez era o apego de Serrador pelas atrações teatrais, por exemplo, no cinema Pathé, o que, na visão de Luciano, rendia pouco e afastava a clientela, embora essa opção tenha se mostrado acertada em termos financeiros entre 1914 e 1915. Carta de Luciano para Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 11 maio 1915, FF:JF 2.1.1.1, AN.

[131] Carta de Luciano para Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 8 abr. 1915, FF:JF 2.1.1.1, AN. Tradução do francês.

[132] Carta de A. Nevière para Companhia Cinematographica Brasileira, Paris, 6 maio 1915, FF:MFF 2.2.2.1.10.26, AN.

com a fábrica francesa após seu vencimento, dia 31 de janeiro de 1915, embora as relações comerciais tenham continuado normalmente. Por sua vez, o contrato com a Gaumont havia sido assinado dois anos antes, em nome da CCB, mas também já tinha vencido em 31 de dezembro de 1914.¹³³

Embora Serrador reclamasse de ingratidão, Luciano dizia que, usando das boas relações construídas pela MF&F, a CCB havia importado, durante quase três anos, os filmes Pathé por preços mais baratos do que qualquer outro fabricante, sem pagar nada a mais pelos filmes coloridos ou “extras”, destacando as vantagens que o contrato com a Pathé possuía.¹³⁴ Esse tema motivou longas discussões entre Serrador e os irmãos Ferrez pelo fato de que o preço inicial dos filmes da Pathé no contrato assinado em 1912 foi aumentado posteriormente (como demonstrado no capítulo 3), o que Serrador só teria descoberto naquele momento de separação. Dizendo-se prejudicado, Serrador argumentou com Julio:

O valor de setecentos e cinquenta contos pagos pela Companhia aos Srs. Marc Ferrez & Filhos em dinheiro e ações foi baseado nas vantagens do contrato Pathé, e se essas desapareceram no correr do tempo do contrato, é de toda equidade que seja devolvida à Companhia a importância relativa ao acréscimo dos preços.¹³⁵

Luciano respondeu a isso dizendo que, mesmo com os aumentos (resultantes da renegociação dos volumes mínimos), os preços continuaram vantajosos. Além disso, como o contrato com a fábrica francesa passou a ser com a CCB, se Serrador fosse discutir os preços, deveria ter feito isso diretamente com a Pathé.¹³⁶

Enquanto esclarecia o histórico dos negócios com os fabricantes e acertava

[133] De fato, o contrato da MF&F com a Pathé, antes ainda da sociedade com a CCB, foi assinado em 20 de fevereiro de 1912, com prazo de duração de três anos, isto é, até 31 de janeiro de 1915. Já o contrato com a Dion-Bouton (fábrica de motores) havia expirado em junho de 1913. Jamais fora assinado contrato algum com a Aster, outra fábrica de motores.

[134] O contrato de 20 de fevereiro de 1912 entre Pathé e MF&F realmente indicava apenas três categorias de preço de filmes: virgens, do Pathé Jornal, e de filmes impressos, quer coloridos ou preto-e-branco (Copie du contrat des Etablissements Pathé Frères du 20 Février 1912, FF:FMF 2.O.1.12.12, AN).

[135] Carta de Francisco Serrador a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 10 maio 1915, FF:FMF 2.2.2.1.3, AN.

[136] Além disso, como Luciano informava em correspondência posterior, o contrato entre a CCB e a MF&F estabelecia que qualquer discussão em relação à representação da Pathé deveria ser resolvida “*par les tribunaux de la Seine*”, isto é, em Paris. Portanto, se a CCB quisesse reclamar, que fosse lutar por seus direitos na França, escrevia Luciano (Carta de Luciano para Julio

os termos com a CCB para a formalização da saída de sua família da companhia, Luciano pensava na estratégia futura para a MF&F. Com o mercado brasileiro em crise, sugeria ao irmão que, em vez de estabelecer contratos de representação tal como vinham fazendo há anos – o que acarretava o compromisso de elevados pagamentos fixos mensais e seria oneroso naquele momento difícil –, o melhor seria comprar filmes avulsos no mercado livre (em Londres, Paris ou Milão) e manter o contrato apenas com a Pathé Frères. Um detalhe importante: Luciano afirmava que os filmes da Gaumont eram de excelente qualidade, mas que não eram tão exigidos no Brasil e que a empresa francesa queria sempre fornecer quatro cópias de cada título sem baixar o preço.¹³⁷ Como comprovava um estudo feito por Luciano, eram evidentes as vantagens trazidas pela longa relação construída pelos Ferrez com a Pathé Frères. Enquanto o preço médio dos filmes importados pela CCB da Cines, Pasquali, Éclair e Gaumont havia sido de 1\$300 réis, o custo do metro de filme impresso da Pathé, incluídas as despesas de transporte e alfândega, tinha sido bem menor, de apenas 852 réis. Ou seja, patamar próximo ao valor negociado desde 1908, pelo menos (ver capítulo 1).¹³⁸

Num documento sem data, mas certamente desse mesmo período, em 1915, Luciano explicava detalhadamente seus planos para Julio, afirmando que, apesar da produção francesa da Pathé ainda ser melhor, os últimos filmes, em sua maior parte, eram muito ruins.¹³⁹ Como os exibidores eram exigentes e os custos de alfândega e transporte estavam muito altos, ele sugeria uma nova estratégia: deixar de importar muitos metros de filmes, mesmo com descontos, tal como faziam antes, mas “*choisir et payer cher le metre*” – ou seja, a sugestão era que eles fossem mais seletivos nas compras. Era clara a mudança da

Ferrez, Rio de Janeiro, 20 abr. 1915, FF:JF 2.1.1.1, AN, carta de Luciano para Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 11 maio 1915, FF:JF 2.1.1.1, AN).

[137] Isso deve explicar por que, diferentemente da Pathé, a Gaumont permaneceria com a CCB após a separação da MF&F. Como já foi descrito, o contrato com a Gaumont estabeleceu o valor de 1,25 francos o metro do filme, com os “filmes extras” custando 1,40 francos. Entretanto, um documento provavelmente escrito por Luciano Ferrez explicava que a CCB tinha de 5 a 2% de desconto sobre esse valor. Assim, o preço para a companhia brasileira era de 1,17 francos o metro, com a viragem representando 10 centavos a mais por metro. Ver Prologue, s.d. [1915], FF:FMF 2.2.2.5.1, AN.

[138] Quadro de valores de aquisições de films, s.d. [1915], FF:FMF. 2.2.2.5.1, AN.

[139] Affaire – Jules, s.d. [1915], FF:FMF 2.2.5.1.79, AN. As citações seguintes são desse documento.

orientação do negócio dos distribuidores brasileiros para a seleção de cada título individualmente (valorizado pelo tema, elenco ou qualidade da realização), e não mais para a aquisição regular de um conjunto farto e variado de filmes do mesmo fabricante, pagos por metro.

Luciano também explicava como eles poderiam se manter financeiramente até o início dos novos negócios (o que levaria ainda alguns meses), mencionando as rendas de aluguel de imóveis e de investimentos que a família possuía, atestando a boa condição econômica que a atividade cinematográfica lhes tinha garantido nos últimos anos. Além disso, sugeria que eles deveriam alugar um bom imóvel no centro comercial do Rio para a nova empresa, mas sem contar para essas despesas com os pagamentos das dívidas com a CCB, que seriam demorados. Poderiam pegar empréstimo bancário, oferecendo como garantia ações da própria empresa. Seriam capazes, ainda, de conseguir preços melhores na Europa se pagassem em dinheiro em vez de faturando para 60 dias como antes: “As fábricas darão descontos especiais porque, com a guerra, o dinheiro está escasso na Europa”. No lugar de lutarem pela representação de várias marcas, sugeria priorizar Pathé e Gaumont, além das marcas de motores Aster e Grei, pois os exibidores já as conheciam e não precisariam fazer propaganda para apresentá-las.¹⁴⁰ Para concorrer com CCB, eles poderiam oferecer, de imediato, para as duas fábricas francesas, as vantagens de comprar quatro cópias no lugar de três, e pagar à vista em Paris. Com a crise no mercado brasileiro, a alta nos custos de importação e voltando a trabalhar numa escala menor após a saída da CCB, a estratégia era priorizar a qualidade no lugar da quantidade de filmes importados.

Em carta de 14 de abril, Luciano sugeria ainda a possibilidade de Julio estabelecer um contato inicial com distribuidores em Londres – onde Julio tinha estado em janeiro – e também nos Estados Unidos, que poderiam fornecer duas cópias de filmes bem escolhidos por ele, uma vez que, até então, eles só tinham explorado, para o Brasil, o mercado francês e italiano.¹⁴¹ Por outro lado,

[140] Entretanto, segundo cartas de Marc Ferrez escritas da França a Luciano, em 1915, a fábrica da Aster, por exemplo, tinha sido mobilizada pelo exército. O mesmo teria ocorrido com a fábrica da Pathé, que estava fabricando munições, complicando o fornecimento de equipamentos.

[141] Luciano citava as fábricas Turner e Famous Players em sua carta. No primeiro caso, provavelmente se referia a Turner Films Company, criada em 1913, no Reino Unido, pela estrela americana Florence Turner após sua saída da Vitagraph, junto com o diretor Larry

na mensagem anterior, Luciano havia mencionado as dificuldades de comprar filmes no mercado livre (por ter de lidar com vários fornecedores diferentes para tradução dos intertítulos, confecção de cartazes etc.), mas ainda assim sugeria a possibilidade de buscarem filmes de marcas como Film d'Art e Milano, além das produções inglesas que Julio já conhecia.¹⁴² Percebe-se, portanto, a continuidade de uma situação de instabilidade no mercado.

Escrevendo da Suíça para seu pai nesse mesmo momento, Julio aconselhava que esperassem o fim da guerra:

Ninguém aqui tem cabeça para os negócios. E apenas de dizerem que irão retomar a produção, é enganação. [Charles] Pathé não está na Europa e permanecerá nos Estados Unidos até o fim das hostilidades. Todos os nossos amigos da Pathé [Frères] estão mobilizados e ninguém assumirá responsabilidade por um contrato.¹⁴³

Ainda assim, em maio de 1915, Luciano elaborou melhor os passos a serem dados: decidiu esperar para ver se a Gaumont iria procurá-los em vez de ir até ela e tentar postergar um acordo com a Pathé para até setembro, quando a qualidade da produção francesa devia melhorar. Insistia na necessidade de os contratos manterem “nossa liberdade de escolha” e na importância de deixar de lado “as especulações de filmes extras e grandes artistas”, certamente se referindo à série de filmes longos com a estrela Suzanne Grandais, produzidos pela companhia da própria atriz. Luciano dizia, ainda, que manteriam Nevière como seu agente em Paris, mas esqueceriam Levy, mesmo mantendo relações cordiais com ele.¹⁴⁴

Em meio à disputa que se iniciava entre a CCB e a MF&F pelos contratos com

Trimble. A segunda era a empresa que iria dar origem à Paramount. Importante mencionar que, diante da paralisação do fornecimento de filmes pelas fábricas francesas no ano anterior, Luciano já tinha apresentado essa sugestão ao agente da CCB em Paris. Reportagens na imprensa especializada apontavam para a pequena presença do cinema inglês no mercado latino-americano nesse período. Ver carta de Luciano a Julio Ferrez, 14 abr. 1915, Rio de Janeiro, FF:JF 2.1.1.1, AN; carta de Luciano Ferrez a Nevière, Rio de Janeiro, 27 out. 1914, FF:FMF 2.2.2.1.10, AN; David. B. Barnett. South America and the Kinematograph: Impressions of the Trade and its Future, *The Kinematograph & Lantern Weekly*, 20 jun. 1912, pp. 530-531.

[142] Affaire - Jules, s.d. [1915], FF:FMF 2.2.5.1.79, AN.

[143] Carta de Julio para Marc Ferrez, Genebra, 10 abr. 1915, FF:MF 1.1.1.1.3, AN.

[144] Carta de Luciano a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 11 maio 1915, FF:JF 2.1.1.1, AN.

os fabricantes europeus, Marc Ferrez embarcou para a Europa discretamente, em 25 de abril. Indo contra as recomendações de Julio, o patriarca viajou para tentar negociar, pessoalmente, a manutenção dos acordos em seu nome, tendo a intenção de falar diretamente com Charles Pathé e Léon Gaumont. Francisco Serrador, por sua vez, estava enviando cartas (que ele havia mandado traduzir para o francês) para todos os fornecedores na Europa pedindo para não negociarem com Julio Ferrez, pois ele não mais fazia parte da CCB.¹⁴⁵

Essa acirrada disputa pode ser evidenciada em carta enviada pela diretoria da CCB (isto é, Serrador) a Nevière, em busca de apoio para manutenção do contrato com a Pathé. Na correspondência, eram lançados ataques pessoais aos agora ex-sócios. Afirmava, por exemplo, que “os senhores Luciano e Julio Ferrez durante sua gerência se ocuparam unicamente de fazer fortuna pessoal às custas da companhia, sem se interessar de modo algum pelos resultados dela”. A carta ampliava as críticas ao explicar por que a companhia não teria podido fiscalizar adequadamente os negócios da filial carioca, além de sutilmente revelar a diferença de classe expressa pela visão do imigrante pobre que começou a vida como trabalhador braçal sobre os bem-nascidos filhos de um conhecido fotógrafo e comerciante que deram prosseguimento ao negócio da família:

Porque os Srs. Luciano e Julio Ferrez passam a maior parte do tempo doentes, cuidando de si próprios, acometidos de profunda neurastenia, não podendo exercer a atividade e competência necessárias para o negócio e causando, desse modo, graves prejuízos aos interesses desta Companhia. O sr. Luciano Ferrez já partiu para a Europa em 1913 e o sr. Julio, há quase um ano que saiu do Rio e nunca deu satisfação à Companhia de sua viagem e de sua partida, apesar de receber mensalmente seu salário assim como a comissão de 2% dos lucros.¹⁴⁶

[145] O fundo Família Ferrez preserva a cópia de uma carta em francês de Francisco Serrador (embora não assinada) a Pathé Frères, datada de 6 de maio de 1915 (FF:FMF 2.2.2.1.4.10, AN). Luciano havia informado sua saída da CCB a Malaguti em carta de 15 de abril. Marc chegou a Paris no dia 17 de maio. Ver também: Carta de Marc a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 5 abr. 1915, FF:JF 2.1.1.3, AN.

[146] Carta sem remetente [Companhia Cinematográfica Brasileira] a A. Nevière, 22 maio 1915, FF:JF 2.1.2.3.7, AN. Tradução do francês. Em Paris, Nevière mostrou a Marc Ferrez a carta que Serrador lhe enviou e este a remeteu para Luciano. Marc comentou com o filho que as cartas “idiotas” e mal escritas em francês que Serrador enviou também à Pathé Frères

Apesar dessa já prevista campanha de difamação, Marc estava confiante, pois, para a Pathé Frères, o contato sempre havia sido feito com ele. Por outro lado, as dívidas da CCB (ampliadas durante a interrupção do pagamento devido à moratória) eram um problema que gerava tensão com a fábrica francesa. Afinal, enquanto os Ferrez e Serrador discordavam sobre o pagamento das contas com os fornecedores europeus, em junho a Pathé e Gaumont ameaçaram interromper o envio de filmes para o Brasil até as faturas serem quitadas. Serrador insistia que os Ferrez pagassem a dívida com as fábricas francesas que, àquela altura, chegava a mais de 60 mil francos, embora a Pathé afirmasse que a conta era da CCB (embora considerassem os Ferrez responsáveis pela companhia).¹⁴⁷ O fato é que os detalhes práticos do ajuste de contas, após a saída da MF&F da CCB, se prolongaram por vários meses, sempre cercados de acusações mútuas.¹⁴⁸

Em meio às discussões entre Serrador e os Ferrez sobre quem deveria pagar as dívidas (e de quem seriam os filmes já chegados na alfândega), após encontros e negociações na capital francesa, em julho de 1915, Marc Ferrez enviou

acabaram lhe ajudando na disputa com a CCB (Carta de Marc a Luciano Ferrez, Paris, 3 jun. 1915; carta de Marc a Luciano Ferrez, Paris, 4 jun. 1915, FF:LF 2.0.1.2, AN).

[147] Carta de A. Nevière a Companhia Cinematographica Brasileira, Paris, 12 jun. 1915, FF:FMF 2.2.2.1.10.36, AN.

[148] Nas cartas escritas a Julio pela datilógrafa da filial carioca da CCB, Carolina Espinheiro, enviadas após a saída dos Ferrez, ela confidenciava que Serrador e o contador que estava a seu serviço, Ricardo Figueiredo, investigaram todas as contas da sucursal carioca em busca de irregularidades que pudessem ser usadas contra Luciano Ferrez. De fato, em 22 de maio de 1915, Serrador escreveu aos Ferrez afirmando terem encontrado provas de uma dívida deles com a CCB superior a 150 contos de réis referente a lançamentos feitos “indevidamente” pela gerência de Luciano e Julio, ameaçando processá-los. Os Ferrez negaram a acusação ao demonstrarem, através de numerosos documentos, o histórico dos negócios com a Pathé Frères. Diante dessas acusações, um acordo só foi estabelecido após vários meses. Somente em 3 de fevereiro de 1916, uma carta de Serrador a Luciano e Julio declarava estar em “devida ordem as contas de vossa gestão” à frente da sucursal carioca, entre 30 de maio de 1912 a fevereiro de 1915, encerrando os conflitos entre eles. A escritura da rescisão definitiva havia sido assinada em cartório no dia anterior, estabelecendo o pagamento de 37 contos em promissórias pela MF&F à CCB. Ver carta de Carolina Espinheira a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 9 maio 1915, FF:JF-2.1.2.3, AN; carta sem remetente [CCB] a Marc Ferrez & Filhos, 22 maio 1915, FF:FMF 2.2.2.1.4.8, AN; carta de Marc a Luciano Ferrez, Paris, 12 jun. 1915, FF:LF 2.0.1.2.13, AN; carta de Francisco Serrador a Luciano e Julio Ferrez, 3 fev. 1912, Rio de Janeiro, FF:FMF 2.2.2.1.4.12, AN; Escritura de rescisão entre a Companhia Cinematográfica Brasileira e a Marc Ferrez & Filhos, Rio de Janeiro, 2 fev. 1916, FF:FMF 2.2.2.2.2, AN.

um telegrama de Paris para o Rio de Janeiro confirmando oficialmente o que ele já tinha praticamente garantido em cartas anteriores: “Pathé recusa proposta Serrador. Nossa aceita”.¹⁴⁹ A MF&F estava de volta ao páreo.

Com o enfraquecimento do truste da CCB, o mercado de distribuição cinematográfica no Brasil assumiria uma nova configuração. Dali a dois anos, o projeto de cisão da companhia criada por Serrador se concretizaria com a criação de uma nova empresa independente da CCB, a partir de então novamente restrita ao mercado paulista. A Companhia Brasil Cinematográfica (CBC) assumiria os negócios com exibição e distribuição no Rio de Janeiro da CCB. O domínio do mercado de distribuição de filmes da região Sudeste estabelecido em 1912 se encerrou definitivamente em 1917. O empresário mineiro Vivaldi Leite Ribeiro é quem teria um papel proeminente nessa nova fase de negócios na capital federal ao lado de Serrador.¹⁵⁰

Algo que parecia um detalhe, mas que teve grandes consequências, também ocorreu nesse momento. Em abril de 1915, Luciano mencionou, em carta ao irmão, a instalação no Rio de Janeiro de “um americano representando um truste”, ainda sem fornecer mais detalhes. Era o escritório da Universal Film Manufacturing Company, ou melhor, da Agência Cinematográfica Universal.¹⁵¹

Entre divas e seriados

Um episódio ocorrido em janeiro de 1915, no Rio de Janeiro, é revelador não apenas da crise econômica que assolava o país, como dos conflitos inerentes

[149] Telegrama de Paris para o Rio de Janeiro, FF: LF 2.0.1.2, AN. Tradução do francês. Marc tentava forçar a CCB a pagar as dívidas mais vultosas com a Pathé Frères antes da MF&F assumir novamente a representação da marca francesa. Ver carta de Marc a Luciano Ferrez, Paris, 8 jun. 1915, FF:LF 2.0.1.2.13, AN.

[150] Na passagem para a década de 1920, através da CBC, Francisco Serrador e Vivaldi Leite Ribeiro estariam à frente do projeto de construção de “palácios de cinema” no centro do Rio de Janeiro, na região que ficou posteriormente conhecida justamente como Cinelândia. Ver A. Gonzaga, *Palácios e poeiras: 100 anos de cinema no Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: Record, 1996, pp. 127-137.

[151] Carta de Luciano a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 27 abr. 1915, FF:JF 2.1.1.1, AN. Luciano não dizia o nome da Universal, mas informava que a empresa iria se instalar na rua 13 de Maio, onde efetivamente foram instalados os escritórios dessa distribuidora. Nas cartas seguintes, Luciano confirmou se tratar da Universal.

à institucionalização do cinema e de seu processo de diferenciação de outras diversões públicas. Diante da necessidade de ampliar a arrecadação de impostos, no início daquele ano, o Conselho Municipal e o prefeito do Rio de Janeiro decidiram, subitamente, alterar a forma de taxação das mais rentáveis salas de cinema na zona central da cidade, que abarcava a avenida Rio Branco, a praça Tiradentes e o bairro da Lapa. Segundo a legislação em vigor, os exibidores nessa região pagavam 10 mil réis por função, fosse diurna ou noturna, uma herança do formato e nomenclatura da programação teatral. Um jornal resumiu a mudança imposta na cobrança da taxação:

Há dias, porém, o Dr. Rivadavia [Corrêa, prefeito do Rio de Janeiro] resolveu alterá-la, mandando dizer a todos os proprietários de cinema que função quer dizer sessão, e que eles deveriam pagar tantos dez mil réis quantas fossem as suas sessões, diurnas ou noturnas. Foi um alarme geral.¹⁵²

Os fiscais da prefeitura, apoiados pela polícia, foram enviados para cobrar os impostos que, para alguns cinemas, decuplicaram de valor. Como resultado, quase todos os cinemas da avenida Rio Branco e da rua da Carioca decidiram fechar as portas. A CCB, porém, conseguiu liminar judicial que permitiu seu funcionamento sem o pagamento, mas diante da ameaça da prefeitura de multar as salas que desobedecessem à nova regra, os cinemas da CCB e o Parisiense pagaram o “imposto monstro”. A nova forma de aplicação do imposto, que ampliava ainda mais a taxação sobre os cinemas (que já pagavam outras taxas), uniu exibidores como Luciano Ferrez, Jácomo Rosário Staffa e Gustavo José de Mattos, que foram ao Palácio do Catete pedir a intervenção do recém-empossado presidente da República, Venceslau Brás – que era, aliás, acionista da CCB.¹⁵³

Os jornais apoiaram os exibidores e alardearam o risco de os cariocas serem privados de sua principal diversão em meio a tempos tão difíceis. O prefeito Rivadavia Corrêa tinha, estrategicamente, viajado a Petrópolis para não receber

[152] “O prefeito e... as fitas: Os cinemas estiveram ontem em foco, em luta franca com o fisco municipal”, em *Correio da Manhã*, 24 jan. 1915, p. 3.

[153] “O prefeito e... as fitas: Os cinemas estiveram ontem em foco, em luta franca com o fisco municipal”, em *Correio da Manhã*, 24 jan. 1915, p. 3. Companhia Cinematographica Brasileira. *Relatorio da directoria para ser apresentado em Assembléa Geral a realizar-se em 29 de setembro de 1914*. São Paulo: Typo. Cardozo, Filho & Comp., 1914, p. 36, FF:FMF 2.2.1.4.2, AN.

a delegação dos empresários cinematográficos, mas o presidente o alcançou pelo telefone, o que o obrigou a reunir-se com ele, à noite, no Catete. O prefeito voltou atrás, mas aparentemente ficou furioso.¹⁵⁴

Se a desfaçatez na política brasileira era antiga – vide a intervenção do presidente para desfazer a “reinterpretação” do prefeito sobre a lei orçamentária municipal, uma vez que ela não podia ser alterada por decreto –, a recente crise econômica e social continuou se acirrando, conforme relatada por Luciano ao seu irmão e cunhada radicados na Europa:

A fome assola de todos os lados: os operários de muitas fábricas estão sem trabalho e o calor forte queimou uns pequenos ensaios de plantações de cereais (feijão, milho etc.) que se fizeram desde novembro em Minas e Rio, no intuito de abastecer o mercado do Rio onde não encontras nas vendas “feijão preto para a feijoada”!

Luciano mencionava ainda escassez de gasolina, greves de motoristas e distúrbios no bairro da Saúde provocados por estivadores desempregados que vinham sendo reprimidos pela polícia. Falava também da assustadora “mania de suicídios” que tinha tomado o país diante daquele quadro sinistro.¹⁵⁵

Nesse contexto, o mercado cinematográfico permanecia numa situação bastante difícil. Não foram poucas as salas de cinema no Rio de Janeiro (mas não apenas) que adotaram o expediente de alternar espetáculos de palco e de tela por diversas razões: como forma de lidar com a falta de filmes novos, para aproveitar o excesso de artistas desempregados e para tentar atrair o público. Entre março e abril de 1915, a imprensa deu particular destaque a dois cinemas da avenida Rio Branco que se converteram em teatros: o Éclair Palace (renomeado como Trianon) e o Pathé (que ampliou o palco construído poucos meses antes). A imprensa comentou a surpreendente mudança, indicando como uma de suas causas a ausência de turnês de companhias europeias ao Brasil em decorrência da guerra:

Depois da grande “crise” do teatro por sessão, do teatro pornográfico, da revista a todo pretexto, parece que nossos artistas estão dispostos a tomar conta

[154] Carta de Luciano a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 25 jan. 1915, FF:JF 2.1.1.1, AN.

[155] Carta de Luciano a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 20 fev. 1915, FF:JF 2.1.1.1, AN.

da praça abandonada pelas trupes estrangeiras. Reúnem-se. Agrupam-se e resolvem desassombradamente vir para a avenida Rio Branco. O teatro nacional vai deixando os teatrinhos das ruelas estreitas e mal habitadas, para vir para a grande artéria! Civiliza-se, verdadeiramente.¹⁵⁶

A *Revista da Semana* chegou a alcinhar a tendência de avenida-teatromania, reconhecendo a superioridade das modernas salas de cinema da avenida Rio Branco, transformadas em “pequeninos teatros de boulevard”, sobre “os velhos e inestéticos casarões” dos arredores da praça Tiradentes.¹⁵⁷ Esses “elegantes teatrinhos da Avenida”, sob a direção dos atores Cristiano de Souza (Trianon) e Leopoldo Fróes (Pathé), foram bem-sucedidos em atrair para seus espetáculos um público das classes médias, discursivamente situado entre a minoria que frequentaria o luxuoso Teatro Municipal e o “populacho” que assistiria ao teatro ligeiro.¹⁵⁸ Nesses “teatrinhos” passaram a ser encenadas peças declamadas (ou seja, dialogadas e não cantadas), sobretudo comédias, cujos ingressos também tinham preços intermediários entre os espetáculos líricos e o teatro por sessão, atraindo para os dois teatros da avenida Rio Branco um público, portanto, semelhante ao que já frequentava as principais salas de cinema.

Enquanto isso, nas telas dos demais cinemas, os cinejornais e filmes de atualidade sobre a “conflagração europeia” continuaram sendo exibidos para atender à curiosidade dos brasileiros sobre a guerra, embora a falta de imagens novas, filmadas diretamente nas frentes de batalha, provocasse cansaço nos espectadores. Nesse contexto, os cinegrafistas brasileiros seguiam aproveitando as oportunidades, como Alberto Botelho, que realizou o filme natural *Rumo à pátria*, mirando no público da colônia italiana do Rio de Janeiro. Exibido no Odeon, em maio de 1915, esse filme de atualidade enfocava o embarque dos reservistas ítalo-brasileiros que deixavam seus lares no Brasil e partiam para a guerra na Europa.¹⁵⁹

Os filmes de atualidade buscavam sanar a curiosidade sobre a guerra europeia, mas também sobre os conflitos travados em solo brasileiro, como a

[156] *O Imparcial*, 5 maio 1915, p. 8.

[157] *Revista da Semana*, v. 16, n. 15, 22 maio 1915, p. 39.

[158] Adriano de Assis Ferreira, *Teatro Trianon: forças da ordem x forças da desordem* (dissertação), USP, 2004.

[159] Em São Paulo, Antonio Campos fez filme semelhante pouco depois: *A partida para a Itália dos reservistas do 1º de julho*.

Guerra do Contestado, que se prolongava desde 1912 na região entre Santa Catarina e Paraná, opondo as forças do governo aos sertanejos. Exibido no cinema Pathé, em fevereiro de 1915, *Fanáticos do Contestado* era um novo título da produção gaúcha *Os fanáticos de Taquarussú* (também chamado de *Na região dos fanáticos* ou *As forças expedicionárias do Sul*), realizada por Emílio Guimarães entre abril e junho de 1914 e lançada em Porto Alegre antes mesmo do início da guerra na Europa. A produção foi distribuída posteriormente pelo próprio diretor, sendo exibida em Curitiba e São Paulo ainda em 1914. Certamente, a conflagração europeia ajudou no lançamento de *Fanáticos do Contestado* na capital federal e, talvez, tenha aumentado seu interesse, uma vez que foi divulgado que, tal como os cinejornais europeus, o filme trazia muitas “cenas de combate”, que só foram possíveis “à custa de muitos sacrifícios, tendo o operador, muitas vezes, exposto sua vida”.¹⁶⁰

Àquela altura, porém, a posição de neutralidade do Brasil no conflito europeu gerava insegurança quanto à exibição dos filmes sobre a guerra, forçando uma postura delicada e cuidadosa dos distribuidores e exibidores para não desagradar a nenhum lado (fossem os alemães, ingleses ou franceses), como Luciano descreveu em correspondência para Julio:

A opinião pública aqui é toda favorável aos aliados como latinos que somos, porém [...] depois que o Coronel Mattos exibiu [no cine Palais] uma fita muito bem arranjada com pedaços de jornais, pedaços de assuntos dramáticos etc., em que havia hinos patrióticos de parte a parte, a polícia deu em cima dos cinemas e nos intimou [para que] quando tivéssemos fitas que mexessem com os nervos patrióticos do pessoal não as exibíssemos ou cortássemos e mesmo assim o Chefe de Polícia (que é amigo nosso assim como os 1º e 2º delegados) nos recomendou de se abster, mostrando-nos ofício do [ministro das Relações Exteriores] Lauro Muller e evitar complicações etc.¹⁶¹

[160] *O Paiz*, 26 fev. p. 12. Ver também: Alice Dubina Trusz, “Os fanáticos de Taquarussú (1914): uma excursão foto-cinematográfica”, em *Anais digitais do 27º Encontro Socine*, Florianópolis, 8 a 11 out. 2013; Ana Christina Vanali, “Apontamento dos registros cinematográficos referentes ao Contestado”, em *Revista NEP*, v. 3, n. 2, jun. 2017, pp. 61-77.

[161] Em carta a Nevière, Luciano dizia que, a cada sessão do tal filme no Palais, a plateia se dividiu em aplausos (para a parte aliada) ou vaias (para a parte alemã), havendo rixas e brigas que motivaram a interdição do filme. Ver carta de Luciano Ferrez a Nevière, Rio de Janeiro, 15 fev. 1915, FF:FMF 2.2.2.1.10, AN.

Não fazeis ideia da campanha de defesa que os alemães aqui movem nas altas rodas comerciais etc. Assim por exemplo: a fita *Nas linhas de fogo* que o [agente Juan] Sala mandou, trazia um cartaz muito bonito (quádruplo) com um letreiro “Por ordem do Kaiser” em que se via soldados alemães ferindo à baioneta mulheres e crianças. Nós havíamos brochado e escondido o título “Por ordem do Kaiser”: porém mesmo assim veio no cinema uma gentil comissão de alemães do alto comércio [...] pedir em termos amistosos que retirássemos o cartaz porque como fregueses lhes magoava e ficavam sentidos d’isto etc.

Do outro lado, sabes que o único banco que facilita à CCB é o Deutsch Sudamerikanische Bank¹⁶², que é quem empresta dez, quinze contos nas ocasiões de aperto e ele sempre tem cuidado de revisar todos os artigos que dizem e escrevem na praça do Rio, observando os jornais etc. Não nos convém brigar com quem nos ajuda financeiramente.

Por todas essas razões é que peço que procure evitar fitas por demais patrióticas. Que vem umas de vez em quando, isto é, uma por mês, vá lá... porém não te deixes inundar por muitas fitas d’estas patriotices francesas ou inglesas.¹⁶³

O filme de guerra britânico *Nas linhas de fogo* (*Through the Firing Lines*, dir. Charles Weston, Regent, 1914) – exibido com os títulos *Através das linhas de fogo* e *A guerra nas linhas de fogo* – havia estreado no Pathé, em 1º de fevereiro. Sua cópia fora importada pelo argentino Juan Sala, agente estabelecido em Londres que passara a atuar como mais uma alternativa para a CCB suprir a demanda por filmes novos, além de Nevière e Levy, em Paris, e Malaguti, em Milão. Tendo se transferido de Paris para a capital inglesa, Sala enfrentou dificuldades em Londres, “porque não sabe bem inglês, não tem apoios financeiros fortes e tem que se ver abarbadado com a falta de seriedade dos fabricantes”.¹⁶⁴ Entre novembro de 1914 e fevereiro de 1915, o agente teria enviado para o Brasil apenas as “tais fitas da invasão Belga e um dramazinho bom da guerra”, que eram, respectivamente, o já citado *Nas linhas de fogo*, e ainda, *Daughter of France* (dir. Lionel d’Aragon, 1914),¹⁶⁵ sendo que o segundo nem pôde ser exibido na-

[162] Importante mencionar ainda que outro banco alemão, o *Brasilianische Bank fur Deutschland*, do qual os Ferrez eram correntistas, também era acionista da CCB, com 280 ações.

[163] Carta de Luciano a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 20 fev. 1915, FF:JF 2.1.1.1, AN.

[164] Carta de Luciano a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 20 fev. 1915, FF:JF 2.1.1.1, AN.

[165] Carta de Luciano Ferrez a Nevière, Rio de Janeiro, 5 mar. 1915, FF:FMF 2.2.2.1.10, AN.

quele momento devido aos problemas políticos mencionados. Luciano acreditava que “nestas condições é preferível desistir de fazer compras em Londres por intermédio dele”. O agente tinha enfrentado ainda dificuldades para encomendar a tradução das cartelas para o português, tal como era, tradicionalmente, feito na França ou Itália.¹⁶⁶

Enquanto isso, o primeiro lote de filmes italianos enviados por Malaguti, que esteve no Rio de Janeiro no início de 1915, mereceu muitos elogios. Mesmo o sempre rigoroso Marc Ferrez se derramou em elogios aos filmes importados naquele começo de ano: “Fotografia impecável. Figurinos apropriados. Lindos cenários. Paisagens italianas maravilhosas. Que a Pathé preste atenção. A fábrica Caesar é melhor que a Milano, que já era boa”.¹⁶⁷ Entretanto, os demais programas importados da Itália receberam críticas dos Ferrez, inclusive por algumas das películas virem riscadas, parecendo se tratar de cópias já usadas.¹⁶⁸

O fato é que, além da qualidade irregular, a quantidade das remessas também não era constante. Assim, conforme Luciano Ferrez contava em carta de 2 de fevereiro de 1915, o atraso nos envios de filmes da Pathé e Gaumont o tinha obrigado a comprar filmes em toda parte, apelando para diferentes e obscuros fornecedores no Rio de Janeiro: Ronay,¹⁶⁹ “A. G. Fontes ([...] americanos)”¹⁷⁰ e “A. Simão (o turco dos leilões)”.¹⁷¹ Luciano entrou até mesmo em

Citado nas cartas como *Fille de France*, era uma produção britânica em dois rolos da Crusade Films estrelada por Kathleen Wren.

[166] Carta de Juan Sala para Julio Ferrez, Londres, 20 fev. 1915, FF:JF 2.1.2.2, AN.

[167] Carta de Marc a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 12 jan. 1915, FF:JF 2.1.1.3, AN

[168] Carta de Marc a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 25 jan. 1915, FF:JF 2.1.1.3, AN; carta de Luciano Ferrez a Enea Malaguti, Rio de Janeiro, 25 jan. 1915, FF:FMF 2.2.2.1.9, AN.

[169] Na seção “Cinematographia”, o *Almanak Laemmert* (v. 71, 1915, p. 1140) cita a empresa “Ronay & Cia”, com endereço na rua da Quitanda, 203.

[170] Trata-se do mesmo nome citado no capítulo 2 como receptor de filmes da Biograph que seriam exclusivos de Stamile, em 1911.

[171] A firma Simão & Prata, de propriedade de imigrantes turcos, era conhecida por dominar os leilões de produtos não retirados da alfândega ou apreendidos como contrabando. Provavelmente haviam adquirido filmes que venderam aos Ferrez. Uma reportagem dessa época relatava essa situação: “A desmoralização dos leilões da Alfândega chegou ao ponto de lá não comparecerem os comerciantes que poderiam licitar sobre artigos de suas especialidades. A comandia dos turcos afastou toda a gente, e quem sofre é o fisco, que não raro vê serem vendidas mercadorias por preços que nem sequer correspondem aos direitos de importação!” (“Os leilões na alfândega”, em *Correio da Manhã*, 14 mar. 1915, p. 1).

combinação com Angelino Stamile, que ainda teria filmes americanos inéditos em estoque.

De todo modo, após alguns meses do início da guerra, o mercado brasileiro de distribuição tentava se adequar à nova realidade. Nos primeiros dias de janeiro de 1915, Staffa, por exemplo, começou a anunciar o futuro lançamento de filmes inéditos com a propaganda retomada da produção dinamarquesa. Na lista de filmes já encomendados, além das tradicionais produções da Nordisk, Itala e Vitagraph, eram citados filmes da alemã Hecla e das americanas Keystone, Magestic e Broncho, que estreariam em breve nos cinemas Parisiense e Haddock Lobo.¹⁷² Entretanto, só três meses mais tarde, Staffa encerraria definitivamente a “série dos programas de reprise”, divulgando o reinício do lançamento e distribuição de “filmes novos, inéditos e sensacionais”, editados na Europa e América. Afirmava que “nosso escritório em Paris continua a comprar às principais fábricas do mundo os seus melhores trabalhos de arte, para o que não poupamos dinheiro”.¹⁷³

A busca por filmes fora da Europa foi empreendida também pela AGC de Blum & Sestini. Mesmo ainda mantendo seus contratos com diversas fábricas italianas, a distribuidora anunciava quatro escritórios de compras no exterior: além dos tradicionais em Paris e Turim, passaram a constar endereços em Londres e Nova York.¹⁷⁴

Nesse sentido, tornava-se mais comum, por exemplo, situações raras ou quase inexistentes nos anos imediatamente anteriores, como a exibição, em abril de 1915, de filmes americanos tanto no cinema Parisiense de Staffa quanto no Odeon da CCB. No primeiro era exibido *Marcha do Passado* (*Out of the Past*, dir. Lionel Belmore, 1914), da Vitagraph, e no segundo, *A estrela da manhã* ou *O detetive paralítico*, produção da Famous Player. Era comentado abertamente, porém, que o recurso a filmes americanos pela CCB ou por Staffa era motivado somente pela impossibilidade de acesso a novos lançamentos europeus.

Afinal, quem dominava, então, a preferência do público brasileiro era o cinema italiano, principalmente com a força crescente de suas divas. A atração pelo estrelismo ficava evidente em anúncio da AGC no qual o nome dos atores e atrizes dos futuros lançamentos – Francesca Bertini, Lydia Quaranta, Pina

[172] *Correio da Manhã*, 3 jan. 1915, p. 12.

[173] *Correio da Manhã*, 12 mar. 1915, p. 12.

[174] *O Imparcial*, 30 maio 1915, p. 14. No endereço em Nova York indicado no anúncio da AGC (West 46th Street) funcionaram diferentes distribuidoras nesse período.

Minicheli, Leda Gys, Emilio Ghione, entre outros – ganhava o espaço outrora dado ao nome das fábricas.¹⁷⁵ Importante notar que, com o advento do filme extra, tornava-se mais comum que artistas já consagrados passassem a negociar suas participações em filmes produzidos por diferentes companhias ou criassem suas próprias empresas, como Suzanne Grandais ou Florence Turner. Desse modo, seus filmes eram importados para o Brasil por fora dos contratos de representação exclusiva de distribuidores com determinadas fábricas.

Os filmes de Francesca Bertini, por exemplo, foram disputados pela AGC e CCB, sendo exibidos em diferentes cinemas no Rio de Janeiro nesse período. A CCB alcançou enorme sucesso com *A gigolete* (*Nelly la gigolette*, dir. Emilio Ghione, 1915), da Caesar Film, exibido em fevereiro de 1915 e importado por Malaguti. O êxito do filme estrelado por Bertini motivou que Luciano Ferrez, em nome da CCB, escrevesse ao agente de Milão, em 4 de março de 1915, pedindo a ele uma nova cópia de *A gigolete* para reprisarem no Rio (enquanto as três outras já circulavam pelo restante do Brasil) e também que garantisse a exclusividade da série Bertini para a companhia. De fato, entre outros filmes, Malaguti adquiriu para CCB mais um título estrelado por Bertini, *Chamas* (*A fornalha*) (*Nella fornace*, dir. Nino Oxilia, Celio, 1915), sem falar no grande sucesso de Lyda Borelli, *Flor de maio* (*Fior di male*, dir. Carmine Gallone, Cines, 1915). Malaguti escrevia a Julio dizendo que ele ia adquirir também os filmes da Savoia, mas editados sob a marca Nina, para evitar problemas com Sestini, que tinha a exclusividade dessa fábrica para o Brasil. Mas, de um modo geral, o agente se restringia às produções da Milano, Caesar e Etna.¹⁷⁶

Diante do sucesso dos *capolavoros*, a concorrência entre os distribuidores-exibidores brasileiros se dava, inclusive, em território italiano. Malaguti contou em carta a Julio Ferrez, de 13 de abril, que um empregado de Louis Aubert, a serviço de Staffa, foi enviado para a Itália “para comprar tudo que estivesse disponível. Ele comprou três cópias [de cada filme] e pagou o preço que fosse. Diante dessas condições você compreende que as fábricas italianas lhe deram preferência”. O representante de Aubert comprou, por exemplo, todos os filmes da Savoia que Malaguti havia recusado, e ainda *Jockey da Morte* (*Il jockey della morte*, dir. Alfred Lind, Vay, 1915), que Staffa distribuiu amplamente em todo o

[175] *O Imparcial*, 10 maio 1915, p. 14.

[176] Carta de Enea Malaguti a Julio Ferrez, Milão, 26 jan. 1915; carta de Enea Malaguti a Julio Ferrez, Milão, 20 mar. 1915, FF:JF 2.1.2.8, AN.

Brasil.¹⁷⁷ Em carta seguinte, Malaguti reclamava que o enviado de Staffa tinha inflacionado o mercado e a fábrica Caesar passou a lhe exigir um depósito de 20 mil libras, pois o exibidor brasileiro tinha lhe prometido esse valor.¹⁷⁸

Como Staffa realmente havia alardeado em seu já citado anúncio, ele “não poupava dinheiro” para garantir novos filmes para o seu cinema e os de seus clientes. Entretanto, era Alberto Sestini quem detinha a representação da Cines no Brasil e, portanto, foi o cinema Palais, sala lançadora da AGC, quem mais aproveitou a fama de Bertini. O cinema do coronel Mattos lançou, ao longo de 1915, diversos filmes estrelados pela diva italiana, como *L'histoire d'une pierrot* (dir. Baldassarre Negroni, 1914), *Sangue Napolitano* (*Assunta Spina*, dir. Francesca Bertini e Gustavo Serena, 1915) e *Yvonne* (*Ivonne la bella danzatrice*, dir. Gustavo Serena, 1915) – cujos anúncios sempre traziam em destaque o nome e a imagem de Bertini –, além de outros sucessos como *Za-la-mort e Za-la-vie* (*Za-la-mort*, dir. Emílio Ghione, 1915), da Tiber.¹⁷⁹

Nesse contexto, os mesmos embates judiciais que vinham ocorrendo há, pelo menos, três anos entre Staffa e a CCB pelos filmes dinamarqueses e as produções alemãs estreladas por Asta Nielsen se repetiram com as produções italianas de Bertini. Em julho de 1915, Blum & Sestini entraram na justiça contra a exibição no cinema Odeon, pela CCB, do filme *Diana, a encantadora* (*Diana, l'affascinatrice*, dir. Gustavo Serena, 1915), da Caesar, do qual eles teriam direitos exclusivos.¹⁸⁰ Três meses depois, uma cópia do filme *A dama das camélias* (*La signora dalle camelie*, dir. Gustavo Serena, 1915), também estrelado por Bertini, em exibição no mesmo Odeon, foi apreendida na própria sala por dois oficiais de justiça, acompanhados de delegado e guardas-civis, por requerimento da empresa Blum & Sestini, que alegava ter exclusividade para exibição desse filme em todo o Brasil. A diferença desse caso para os anteriores foi que Blum

[177] *Jockey da Morte* foi o filme de inauguração, em 15 de dezembro de 1915, do cinema Riche, em Fortaleza, primeira sala do exibidor cearense Luiz Severiano Ribeiro (A. B. Leite, *Fortaleza e a era do cinema: pesquisa histórica (1891-1931)*, Fortaleza: Secretaria da Cultura e Desporto do Estado do Ceará, 1995, p. 259).

[178] Carta de Enea Malaguti a Julio Ferrez, Milão, 23 abr. 1915, FF:JF 2.1.2.8, AN.

[179] Lançado em julho de 1915, esse filme era concentrado no personagem *Za-la-mort*, “o rei dos apaches”, criado por Ghione e que tinha aparecido pela primeira vez em *A gigolete*. O sucesso foi tanto que *A gigolete* foi relançado, no final do ano, com o novo título *Za la mort ou A gigolete*, dando tanto destaque a Ghione quanto a Bertini.

[180] *A Noite*, 13 jul. 1915, p. 6; *Diário Oficial da União*, 7 out. 1915, p. 10603.

& Sestini tinham registrado na Junta Comercial, como marca de sua propriedade, o nome do filme *A dama das camélias*!¹⁸¹

Além das divas italianas, outra tendência que ganhou força no primeiro semestre de 1915, mesmo sem ser novidade, foi a dos filmes em séries, sobretudo os do gênero policial, mistério ou aventura. Com o mesmo personagem presente em diferentes títulos, os filmes em série também foram, assim como o estrelismo, uma estratégia empreendida para manter a fidelidade do público a um certo tipo de produção. O visual dos anúncios, os títulos em português e as frases de divulgação exploravam o apelo sensacionalista desse gênero, explorado por diferentes distribuidores em produções de vários países. Staffa, por exemplo, distribuiu a série do Dr. Gar-El-Hama, da Nordisk; a AGC as séries Zigomar e Proteia, da Éclair, e Za-la-mort, da Tiber; enquanto a CCB as séries Fantômas, da Gaumont, e Rocambole, da Pathé. Mas é também nesse momento que se dá a chegada ao Brasil dos seriados, cuja diferença para os filmes em série foi sintetizada por Tom Gunning: “A série consiste em filmes independentes dotados de tramas autônomas, mas com um personagem recorrente. O seriado consiste em episódios interligados que possuem não apenas personagens recorrentes, mas uma linha narrativa predominante”.¹⁸² O primeiro seriado americano que teria sido exibido no Brasil foi *As aventuras de Kathlyn* (*The Adventures of Kathlyn*, dir. Francis J. Grandon, 1913), produção da Selig estrelada por Kathlyn Williams. Entretanto, sua distribuição não seguiu a lógica segunda a qual tinha sido originalmente produzido.

A Grande Empresa Cinematográfica Pinfildi, distribuidora do ex-sócio da CIC, Gustavo Pinfildi, e dedicada exclusivamente à “compra, venda e aluguel de filmes” (não possuindo, portanto, sala de exibição própria), começou a anunciar, em São Paulo, o “grandioso drama policial” *As aventuras de Catharina*, ainda em 8 abril de 1915. Prometendo sua exibição “em breve” no Royal Theatre, o anúncio publicado na imprensa já trazia a “descrição completa” do primeiro episódio.¹⁸³ Os demais episódios também tiveram suas versões escritas publicadas no jornal *O Estado de S. Paulo*, ao longo dos dias seguintes, nos anúncios da distribuidora, antes mesmo da exibição de qualquer episódio. A estreia

[181] *A Época*, 5 out. 1915, p. 4.

[182] Tom Gunning, “Detective films”, em R. Abel (org.), *Encyclopedia of Early Cinema*, Londres e Nova York: Routledge, 2005, p. 257.

[183] *O Estado de S. Paulo*, 8 abr. 1915, p. 11.

demorou e, nesse meio tempo, o filme chegou a ser anunciado como *As aventuras de Kathlyn Williams* pela Companhia Kinemacolor de São Paulo, chamando atenção para a diferença desse filme – com treze séries (ou episódios) – para outro, de “igual título que, contendo apenas oito séries, já foi anunciado nesta capital”. Na mesma página do jornal, porém, o anúncio de Pinfindi assegurava que *As aventuras de Catharina* era de sua exclusiva propriedade e tinha todos os treze episódios (cada um com cerca de 950 metros), enquanto a concorrente era apenas uma “intermediária” interessada em “ganhar uma comissão”.¹⁸⁴

As aventuras de Catharina só foi lançada por Pinfindi, no Royal Theatre, no sábado, 24 de abril, quando foi exibida a “7ª série [...] sendo esta série a mais sensacional”, junto de outros filmes.¹⁸⁵ No dia seguinte, o mesmo cinema exibiu, em matinê infantil, as “1ª e 2ª séries”, enquanto a 8ª série (“a mais comvente e sensacional”) estreou à noite, como parte de um programa mais amplo, tal como no dia anterior.¹⁸⁶ Todas as descrições romanceadas dos episódios já haviam sido publicadas nos anúncios de Pinfindi no jornal *O Estado de S. Paulo*. Embora o distribuidor promettesse o lançamento de *As aventuras de Catharina* em diversas salas, ele aparentemente não teve êxito com a locação do seriado.¹⁸⁷

Como Tom Gunning ressaltou, a diferença entre os filmes em série e os seriados pode ser melhor definida em termos de arranjos de produção e distribuição: os seriados eram produzidos de forma a prever o lançamento de cada episódio, sequencialmente, em datas espaçadas e regulares, enfatizando a necessidade de assisti-los assiduamente. O enorme sucesso obtido no ano anterior, nos Estados Unidos, por exemplo, por *The Perils of Pauline* (dir. Louis J. Gasnier, 1914), coprodução entre a filial americana da Pathé Frères e o magnata das comunicações William Randolph Hearst, esteve claramente associado a novas estratégias de divulgação dos seriados, incluindo a publicação de uma versão romanceada de cada episódio nos jornais dominicais, véspera de sua estreia nos cinemas, assim como a criação de concursos para os leitores relacionados à trama dos seriados. Dos Estados Unidos, Charles Pathé chegou a oferecer a distribuição desse

[184] *O Estado de S. Paulo*, 16 abr. 1915, p. 11.

[185] *O Estado de S. Paulo*, 24 abr. 1915, p. 13.

[186] *O Estado de S. Paulo*, 25 abr. 1915, p. 14.

[187] “Será exibido em S. Paulo nos cinemas: Royal Theatro, Eldorado cinema, Brasil cinema, Paris cinema, Cinema Celso Garcia, cinema Bresser, Minerva cinema, Penha cinema, Brás cinema, Osasco cinema, cinema Santo Amaro” (*O Estado de S. Paulo*, 23 abr. 1915, p. 13).

seriado no Brasil para Marc Ferrez, em cartas sigilosas enviadas no final de 1914, mas o distribuidor brasileiro aparentemente não se interessou à época.¹⁸⁸

A importância de analisar não somente a produção, mas também a distribuição dos filmes em diferentes contextos culturais, torna-se evidente no caso de *As aventuras de Kathlyn*. Se, em São Paulo, a serialidade de *As aventuras de Catharina* não foi estritamente explorada em sua forma de distribuição e exibição, sendo ignorada a regularidade, simultaneidade e cronologia no lançamento dos episódios nos cinemas e a publicação nos jornais de suas descrições escritas, o mesmo tampouco ocorreu no Rio de Janeiro, onde ele foi distribuído não como um seriado, mas tal qual um filme extra.

Lançado na capital federal pela empresa Luiz Donati – Pinfildi não possuía ainda filial no Rio de Janeiro –, *As aventuras de Kathlyn* foi valorizado em sua publicidade por meio do uso dos tradicionais adjetivos superlativos. Na imprensa, a produção foi descrita como “o mais gigantesco testamento da indústria cinematográfica, que só a audácia norte-americana poderia realizar”, sem que fosse dado destaque às suas qualidades de serialidade. Claramente inspirado na forma como os longos épicos italianos vinham sendo anunciados, o drama de aventuras americano foi valorizado por ter incríveis “12.300 metros de projeção”, o que representava a soma da metragem de todos os treze episódios, na mesma estratégia (frequentemente exagerada) de ressaltar a longa duração dos filmes que já vinha sendo feita havia anos pelos exibidores brasileiros.

Por fim, a empresa Luiz Donati buscou dotar de pompa a estreia do seriado no Rio de Janeiro ao alugar o imponente Teatro Lírico para sua exibição – mesmo teatro onde os *films d'art* franceses haviam estreado seis anos antes e reduto das classes altas cariocas antes da inauguração do Teatro Municipal. No dia 1º de maio, numa única sessão iniciada pontualmente às 20h30, foram exibidos os três primeiros episódios, com intervalos de 15 minutos entre eles, num espetáculo com mais de duas horas de duração. Na busca por uma filiação aos espetáculos líricos, era indicado que o libreto com a descrição completa da fita poderia ser obtido com o bilheteiro. Os três primeiros episódios de *As aventuras de Kathlyn* foram reprisados em dois horários no dia seguinte (*matinée* e *soirée*), quando foi anunciada, então, a futura estreia dos 4º, 5º e 6º episódios, novamente exibidos conjuntamente em espetáculos tão longos quanto os épicos históricos italianos.

[188] Rafael de Luna Freire, *Carnaval, mistério e gangsters: o filme policial no Brasil (1915–1951)* (tese), UFF, 2011, p. 142.

O fracasso paulista de *As aventuras de Kathlyn* parece ter se repetido no Rio de Janeiro de acordo com o relato de Luciano Ferrez, em correspondência ao seu irmão: “Eu já te disse que existe aqui um filme do gênero de série em várias semanas intitulado Aventuras de Katalin que após uma semana de atraso foi exibido no Lírico. As primeiras séries não agradaram. Menos da metade da sala, quase um forno e é muito longo”.¹⁸⁹ Aparentemente, tal como em São Paulo, a série nem chegou a ser exibida em sua totalidade no Rio de Janeiro.

Portanto, é possível afirmar que foi a Universal, recém-instalada no Brasil, quem introduziu os seriados como um novo modo de distribuição cinematográfica no lançamento de *A rapariga misteriosa* (*Lucille Love, the Girl of Mystery*, dir. Francis Ford, 1914), um mês depois da estreia no Lírico de *As aventuras de Kathlyn*.

A partir de 9 de junho de 1915, foram regularmente lançados, a cada semana, dois episódios de *A rapariga misteriosa*, cada um com 800 metros, acompanhados de um terceiro filme que garantia à sessão uma duração de cerca de 90 minutos apenas. Acompanhando esse lançamento, a Universal criou um concurso, fartamente anunciado na imprensa, que distribuía mais de 200 mil réis em prêmios para quem descobrisse o final do seriado, incentivando o interesse constante dos espectadores pelo desenrolar da trama.¹⁹⁰

Ao longo dos quase dois meses em que *A rapariga misteriosa* foi exibido, seus episódios foram ganhando crescente popularidade e passaram a receber muito mais destaque nos anúncios que os demais filmes que compunham cada programa. A exibição do 15^o, e último episódio, foi programada conjuntamente à estreia do primeiro episódio de um novo seriado da Universal, *Os três corações* (*The Trey o' Hearts*, dir. Wilfred Lucas e Henry MacRae, 1914).¹⁹¹

Apesar dessa importante inovação, a Universal ingressou no mercado brasileiro agindo de acordo com as práticas já estabelecidas: fechando contrato de fornecimento de sua produção regular com exibidores cariocas e negociando,

[189] Carta de Luciano para Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 11 maio 1915, FF:JF 2.1.1.1, AN. Tradução do francês.

[190] R. L. Freire, *Carnaval, mistério e gangsters: o filme policial no Brasil (1915-1951)* (tese), UFF, 2011, pp. 142-143.

[191] *Gazeta, de Notícias*, 29 jul. 1915, p. 8. O seriado ganharia mais popularidade em 1916, quando *Os mistérios de New York*, estrelado por Pearl White, inaugurou no Brasil o acompanhamento regular dos episódios pela publicação de um folhetim jornalístico. O seriado foi exibido no cinema Pathé e sua versão escrita publicada no jornal *A Noite*. R. L. Freire, *Carnaval, mistério e gangsters: o filme policial no Brasil (1915-1951)* (tese), UFF, 2011, pp. 146-148.

livre e separadamente, os seus filmes extras a preços mais caros e por fora dos contratos. O primeiro deles foi o filme de fantasia *A filha de Netuno* (*Neptune's Daughter*, dir. Herbert Brenon, 1914), estrelado pela nadadora Annette Kellerman, cuja forma física era a base da publicidade de seu lançamento. *A filha de Netuno* foi adquirido pela CCB de Serrador (já sem os Ferrez) e distribuído com o costumeiro tratamento de filme extra: ampla publicidade, lançamento com três cópias nos cinemas Avenida e Odeon, e ingressos elevados a 2 mil réis.¹⁹²

Já para sua programação comum – na qual era incluída *A rapariga misteriosa* –, a Universal fechou contrato com João Cruz Júnior, proprietário do cinema Íris, que se tornou a sala lançadora no Rio de Janeiro da companhia americana, ainda sem espaço garantido nos cinemas da avenida Rio Branco. Em anúncio de 30 de maio de 1915, a empresa do cinema Íris apresentou seu novo fornecedor: “Além dos grandiosos filmes fornecidos pela acreditada Empresa J. R. Staffa, [...], o Íris fechou contrato com a nova e poderosa Empresa Cinematográfica Universal”.¹⁹³

De fato, o seriado *A rapariga misteriosa* começou a ser exibido no Íris, no início de junho de 1915, como complemento de sessão que contava com filmes de Staffa. Entretanto, nessa mesma semana, enquanto Staffa foi entrevistado para falar sobre o agravamento da crise na importação de filmes com a entrada da Itália na guerra (embora ele assegurasse ter alguns filmes italianos e até alemães inéditos em estoque), a Universal já se anunciava como “o maior depósito de *films* novos inéditos no Brasil” por receber, todo mês, “45 mil metros de *films*” dos Estados Unidos.¹⁹⁴

Semanas depois, o cinema Íris estava exibindo exclusivamente os filmes americanos fornecidos pela Universal. Uma nova fase da distribuição de filmes no Brasil estava começando.

[192] R. L. Freire, *Carnaval, mistério e gangsters: o filme policial no Brasil (1915–1951)* (tese), UFF, 2011, pp. 143–144. Sobre Kellerman, ver Clarice M. Butkus, “Annette Kellerman”, em Jane Gaines (e outras org.), *Women Film Pioneers Project*, Nova York: Columbia University Libraries, 2013. Disponível em <<https://wfpp.columbia.edu/pioneer/ccp-annette-kellerman/>>. Acesso em 30 set. 2021.

[193] *Correio da Manhã*, 30 maio 1915, p. 16.

[194] “Agrava-se a crise do cinema”, em *A Noite*, 3 jun. 1915, p. 2; *Gazeta de Notícias*, 6 jun. 1915, p. 4, em Pedro Butcher, *Hollywood e o mercado de cinema brasileiro: princípio(s) de uma hegemonia* (tese), UFF, 2019, pp. 177–178.

Epílogo

Este livro descreveu a criação e consolidação do campo da distribuição de filmes no Brasil, num período caracterizado pelo domínio do mercado brasileiro pela produção cinematográfica europeia. Tratam-se das duas primeiras décadas do século 20, quando o aumento das exportações brasileiras – monopolizadas pela borracha e principalmente pelo café – foi acompanhado do crescimento das cidades e dos empregos urbanos, estimulando a ampliação da importação de bens de consumo e a expansão de novas formas de entretenimento, especialmente para a crescente classe média.¹

Entre 1907 e 1914, em particular, o Brasil experimentou relativa estabilidade cambial, o que favoreceu a importação de filmes negociados em moeda estrangeira, sobretudo o franco. A combinação da crise econômica e do início da Primeira Guerra Mundial provocou súbita e intensa desvalorização do câmbio e afetou significativamente os negócios de distribuição cinematográfica, marcando o turbulento final do período abordado neste livro.

O mercado brasileiro de distribuição de filmes foi inicialmente caracterizado por um caráter mais fechado, tendo se desenvolvido a partir do modelo de contratos de representação exclusiva, tal como o assinado entre o pioneiro distribuidor brasileiro Marc Ferrez e a fábrica francesa Pathé Frères. A expansão do circuito exibidor gerou crescente demanda pelo fornecimento amplo, regular e seguro de filmes novos. A representação exclusiva dos produtos da Pathé no Brasil, concedida a Marc Ferrez, tinha como contrapartida a importação de

[1] “A industrialização durante a República Velha”, em Boris Fausto (dir.), *A História Geral da Civilização Brasileira: o Brasil Republicano*, Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2006, v. 3, p. 279.

volumes mínimos mensais de cópias, contabilizadas por sua metragem e distribuídas sob a forma de programas de filmes curtos e variados.

Nesse primeiro momento, o mercado foi controlado pela empresa Marc Ferrez & Filhos (MF&F), criada por Marc, Julio e Luciano, que estruturou pela primeira vez uma rede nacional para o aluguel e venda de cópias de filmes através de seus representantes regionais. Mas logo a concorrência se acirrou com distribuidores-exibidores e, depois, com agentes ou empresas distribuidoras independentes, isto é, sem negócios com exibição. Empresários como Segreto, Stamile, Staffa, Lebre, Sestini, Blum, entre outros, assumiram a representação de novas marcas. Ainda assim, o mercado manteve-se relativamente fechado com o súbito e radical aumento dos impostos de importação de filmes cinematográficos, em 1912, seguido pelo estabelecimento do truste da Companhia Cinematográfica Brasileira (CCB), formado pela incorporação da MF&F e outras empresas distribuidoras e exibidoras.

Apesar de afetado pela grave crise econômica acentuada pelo início da guerra na Europa, o modelo fechado de distribuição, baseado nos contratos de representação exclusiva de fábricas estrangeiras, começou a sofrer fissuras antes. O advento do novo modo de negociação trazido pelo filme extra, em 1913, desafiou o controle estabelecido pelos agentes e distribuidores ao determinar que os filmes mais longos e caros podiam ser negociados, individual e livremente, para qualquer pessoa ou empresa, por fora dos contratos de representação, a preços variáveis e mais elevados. O mercado brasileiro arriscava se tornar mais aberto. Associado, mas não equivalente ao longa-metragem, o formato de distribuição através do filme extra foi empregado principalmente pelas fábricas italianas que desafiavam o domínio do mercado brasileiro pelo cinema francês. Separado dos tradicionais contratos de representação exclusiva de toda a produção de uma fábrica no Brasil, o filme extra representou o começo da desarticulação do sistema que tinha sustentado a expansão (e concentração) do mercado de distribuição no país.

Além da ameaça que o filme extra trazia para os contratos de representação exclusiva, a importância (e a própria existência) do distribuidor brasileiro como intermediário, fazendo a ligação entre as companhias produtoras estrangeiras e os exibidores espalhados pelo país, também começou a ser ameaçada no início de 1914. De Paris, Marc Ferrez já descrevia, na correspondência ao filho Julio, seu receio de que a “Pathé envie [ao Brasil] um Jacquemin qualquer [um dos diretores da fábrica francesa] para fazer a locação [de filmes] diretamente a

qualquer um [exibidor]”.² Um ano depois, em meio à saída da MF&F da CCB, já no contexto de crise decorrente da guerra na Europa, era o próprio Julio quem sugeria a Marc que eles propusessem à Pathé ou à Gaumont a abertura de uma agência dessas fábricas no Rio de Janeiro, tendo eles como sócios.³

Entretanto, não foram as companhias francesas que primeiro suprimiram a intermediação de distribuidores brasileiros (como os Ferrez) ao instalarem filiais próprias no país, mas sim as cada vez mais poderosas companhias cinematográficas americanas, cuja estratégia para dominar o mercado brasileiro foi controlar o setor de distribuição. A Primeira Guerra Mundial foi determinante não apenas para minar o poder de fábricas francesas, como a Pathé, Gaumont ou Éclair, posteriormente prejudicando ainda as fábricas italianas, mas também para deixar o mercado distribuidor brasileiro mais fragmentado e desarticulado. Em 1915, quando a Universal instalou sua filial no Rio de Janeiro, a CCB estava enfraquecida com a saída e posterior concorrência da MF&F, que se somaria à do resistente Staffa. Vindo de São Paulo, Gustavo Pinfilidi abriu uma filial de sua distribuidora no Rio de Janeiro nesse mesmo ano, ampliando a disputa e oferta de filmes.⁴ Mesmo Jules Blum e Alberto Sestini romperiam sua sociedade, com o primeiro se retirando da AGC em 31 de agosto de 1916.⁵ Apesar do mercado mais dividido, os americanos, porém, não tinham uma tarefa fácil diante de si.

Afinal, o setor de distribuição de filmes no Brasil caracterizou-se por acirrada e, às vezes, desleal concorrência, no qual eram usadas, por todos os lados, práticas condenáveis, como a difamação dos adversários no exterior para prejudicar suas reputações (através de cartas anônimas ou artigos publicados por testas de ferro), assim como o contrabando de cópias do exterior para “furar” o concorrente, estreando filmes de fábricas cuja representação pertencia à outra

[2] Marc Ferrez dizia ainda na correspondência que se a Pathé Frères seguisse nessa direção, a fábrica francesa daria um jeito de posteriormente se estabelecer como exibidor no Brasil, tal como teria feito em Londres e como Pigeard (outro diretor da Pathé) também estaria fazendo, então, em Berlim, onde vinham substituindo a venda pela locação, abrindo salas de cinemas e triplicando sua renda. Carta de Marc a Julio Ferrez, Paris, jan. 1914, FF:JF 2.1.1.2, AN. Tradução do francês.

[3] Carta de Julio para Marc Ferrez, Genebra, 10 abr. 1915, FF:MF 1.1.1.1.3, AN.

[4] *Revista de Theatro & Sport*, v. 2, n. 57, 20 nov. 1915, p. 6. Pinfilidi se instalou na rua 13 de Maio, a mesma da Universal, mas depois se transferiu para a rua São José.

[5] *O Estado de S. Paulo*, 5 set. 1916, p. 9.

empresa. O modelo atributivo de registro de propriedade de marcas em prática no Brasil, que privilegiava o primeiro a registrá-la junto ao órgão responsável, independentemente de qualquer comprovação, também foi motivo de problemas para inúmeras empresas cinematográficas estrangeiras.⁶

Muitos casos foram levados à justiça, mas a legislação brasileira ainda não oferecia segurança jurídica frente às disputas comerciais entre empresários brasileiros pelo direito exclusivo de distribuição de filmes produzidos por companhias estrangeiras. No processo movido pela CCB contra Staffa pela posse das cópias do filme *A dança da morte*, em 1912, o advogado da autora, ao citar casos semelhantes decididos nos tribunais franceses, reconhecia que “a nossa jurisprudência é nula a respeito; não há julgamento algum dos nossos tribunais sobre o assunto”, se tratando, portanto, “de uma nova matéria entre nós”.⁷

Além do frágil arcabouço jurídico, a infraestrutura de transporte era outro problema para o setor de distribuição de filmes. As vias de comunicação continuavam precárias na maior parte do território brasileiro, com uma malha ferroviária sem bitola padronizada nacionalmente ou interligações abrangentes. Somente na década de 1920 começaria a expansão das chamadas “estradas de rodagens”, que ampliaria o transporte por caminhões de carga no país.

Devemos destacar, ainda, que a dependência do mercado brasileiro não se restringia apenas aos filmes produzidos pelas companhias estrangeiras, sobretudo europeias, mas também de sua infraestrutura instalada, tanto para fabricação de equipamentos (câmeras, projetores, copiadoras etc.) quanto para realização de serviços. A prática então corrente era que a tradução para o português, a impressão dos intertítulos e sua inserção nas cópias destinadas ao Brasil fossem feitas no exterior, com a vinda das películas já traduzidas e preparadas para o público brasileiro.⁸ De fato, não faltavam escritores e jornalistas brasileiros na capital francesa para esse trabalho: o redator de *A Estação*

[6] A esse respeito, ver P. Butcher, *Hollywood e o mercado de cinema brasileiro: princípio(s) de uma hegemonia* (tese), UFF, 2019, pp. 88-95.

[7] Juízo Federal – Primeira Vara. Manutenção de posse, 2098, Companhia Cinematográfica Brasileira versus Jácomo Rosário Staffa, 26 set. 1912, p. 63, SETARQ/NUGEBI/TRF2.

[8] Em 1915, Luciano elogiou a tradução das cartelas dos filmes italianos enviados de Milão: “Traduções em português puro, sem erros e com erudição e poesia” (Carta de Luciano Ferrez a Enea Malaguti, 25 jan. 1915, Rio de Janeiro, FF:MFM 2.2.2.1.9, AN. Tradução do francês). As distribuidoras americanas instaladas no Brasil mantiveram essa prática, enviando dos Estados Unidos as cópias já com intertítulos traduzidos para o português inseridos nos rolos.

Theatral, Renato de Mello Alvim, por exemplo, foi morar em Paris, em 1912, onde exerceu a função de tradutor para o português dos filmes da Nordisk, a serviço de Staffa.⁹ Meses depois, Alvim assumiu o mesmo papel também na Pathé Frères, no lugar do jornalista português Álvaro Pinheiro Chagas.¹⁰

Ao reclamar da necessidade eventual de fazer o serviço de tradução e impressão de intertítulos no Brasil, pelo fato de Juan Sala, seu agente em Londres, não ter conseguido realizá-lo na Inglaterra para as cópias que tinha importado, Luciano Ferrez descreveu os problemas que enfrentava no Rio de Janeiro: “[aqui] não só é muito caro, como também difícil: o resultado é sofrível: dá uma aparência de remendo mal feito”.¹¹

Era na Europa – sobretudo no mercado livre de Paris – que os distribuidores brasileiros adquiriam a maior parte das cópias de filmes que eles importavam para o país, com maior ou menor rigor na seleção. Os Ferrez se orgulhavam da escolha criteriosa que faziam dos filmes importados, adquiridos após Marc, Nevière ou Julio assistirem às cópias (às vezes, versões não finalizadas) nas cabines das fábricas e agências localizadas na capital francesa. Outros distribuidores delegavam essa função aos seus agentes, como Staffa fazia com Aubert, baseando sua decisão menos na forma ou conteúdo do filme do que em seus valores para divulgação (marca, metragem, origem literária ou elenco), de modo que não havia, necessariamente, preocupação em assistir antes de escolher o filme a ser adquirido. Em 1915, antecipando o que seria um dos motivos que levariam à prática do *block-booking* (a negociação por lote fechado), os Ferrez, ainda em nome da CCB, negociavam com fábricas italianas duas opções de contratos com preços diferentes por metro de película, uma permitindo a escolha

[9] Raimundo Magalhães Junior, *O fabuloso Patrocínio Filho*, 2 ed., São Paulo: Lisa, 1971, p. 77. De fato, a Nordisk também realizava ela mesma a impressão dos intertítulos em português das cópias dos filmes dinamarqueses enviadas para o Brasil, mas a partir das traduções enviadas de Paris pelo seu representante, o distribuidor francês Louis Aubert.

[10] R. Magalhães Júnior, *O fabuloso Patrocínio Filho*, 2 ed., São Paulo: Lisa, 1971, p. 80.

[11] Carta de Luciano Ferrez a Nevière, Rio de Janeiro, 5 mar. 1915, FF:FMF 2.2.2.1.10, AN. Tradução do francês. Luciano dizia ainda que cada intertítulo precisava ter, pelo menos, 2 metros de extensão, sendo que isso custava, no Brasil, no mínimo 1\$500 réis o metro. Para um filme com 60 intertítulos ou cartelas, eles precisariam de 120 metros, o que custaria 180\$000 réis além do preço da cópia. A expressão “remendo” (no original *racommodage*) certamente deveria se referir à (má) qualidade da junção dos intertítulos ao restante da cópia e à provável diferença evidente entre a cartela e o restante do filme.

dos filmes e a outra não. A crise econômica e o modelo dos filmes extras iam levando os distribuidores brasileiros, tais como os Ferrez, a preferirem as compras avulsas no lugar da aquisição regular de metragem contratual da produção de determinada companhia.¹²

Destacando o intenso fluxo de mercadorias com a Europa, o foco principal deste livro, embora não exclusivo, foram os negócios de distribuição conduzidos no Rio de Janeiro e em São Paulo. Essa opção se justifica pelo fato de, entre 1907 e 1915, esses dois estados terem se mantido como a principal via de entrada de filmes trazidos para o Brasil, tal como se dava com as importações brasileiras de modo geral. Estatísticas sobre os anos de 1915 e 1916 informavam que chegaram pelo porto do Rio 61% e 72%, respectivamente, do total de filmes importados para o país. O porto de Santos respondeu por 31% e 27% nesses mesmos dois anos.¹³ A reportagem em que esses dados foram publicados acrescentava: “os demais Estados, por sua vez, arrendam ou alugam dos nossos centros importadores de fitas que exibem depois. Devido a isso, verifica-se que, às vezes, um só filme anda mais que Ahasverus [o judeu errante], viajando em [navio a] vapor, em trem, em *trolley* [bonde] e no lombo dos burrinhos que trotam através dos nossos sertões”.¹⁴

A centralização dos negócios de importação de filmes no Sudeste, mas principalmente no Rio de Janeiro, não deve, porém, minimizar o papel desenvolvido por empresas atuantes em outras regiões. Num país de dimensões continentais como o Brasil, a distribuição de filmes em caráter nacional precisou se desenvolver a partir da formação de redes policêntricas. Eventualmente, empresários de fora da região Sudeste estabeleceram relações comerciais diretamente com fabricantes ou distribuidores de outros países da Europa ou da América do Sul, sem a intermediação dos distribuidores atuantes na capital federal. Desse modo, algumas das principais companhias distribuidoras que se desenvolveram nesse período, do Sul ao Norte do país, como as de Teixeira & Martins (Pará), Ruben Pinheiro Guimarães (Bahia), Gomes Nogueira (Minas

[12] O agente Enea Malaguti falava da sua negociação com a italiana Savoia para a CCB: de três cópias de cada filme sem escolha por 1,10 francos o metro, ele havia conseguido a oferta de duas cópias com escolha por 1,05 o metro (carta de Enea Malaguti a Julio Ferrez, Milão, 12 jan. 1915, FF:JF 2.1.2.8.18, AN. Tradução do francês).

[13] “Os ‘films’ e o Brasil”, em *A Rua*, 9 out. 1917, p. 1.

[14] “Os ‘films’ e o Brasil”, em *A Rua*, 9 out. 1917, p. 1.

Gerais), Gineste & Pelissari (Paraná) ou Damasceno Ferreira (Rio Grande do Sul), entre outras citadas neste livro ou que venham a ser redescobertas pelos pesquisadores, ainda demandam estudos específicos e maior aprofundamento.

Ao longo do período de oito anos abordado neste livro, o comércio cinematográfico se expandiu largamente no Brasil e fez do cinema um fenômeno econômico, mas também cultural e social, de grande relevância. Por volta de 1908, apenas as maiores cidades brasileiras tinham um público potencial numeroso o suficiente para sustentar uma sala fixa que exibisse, regularmente, filmes inéditos importados do exterior. Já no início da Primeira Guerra, salas fixas de cinema que apresentavam continuamente novidades na tela haviam se espalhado por todo o Brasil.

Na primeira metade da década de 1910, mesmo em capitais como Belo Horizonte ou Niterói, não apenas o cinema se consolidou na rotina de seus moradores, como passou a ser frequentemente considerado como a principal, senão única diversão permanente acessível nessas cidades ainda relativamente provincianas. Quando o cinema tinha companhia ou concorrente, geralmente era o teatro e esportes como o remo ou principalmente o futebol. O cronista da revista *Vida Mineira*, por exemplo, elogiava o baixo preço e comodidade do cinema, onde, por “dez tostões”, o espectador podia “jiboiar seu jantar e olhar coisas [...] com o raciocínio repousado”. Mas o belo-horizontino alertava que seu “amor entranhado ao cinematógrafo” não queria dizer que ele não tivesse outras preferências, mas sim que não havia opções de divertimentos além do cinema na cidade.¹⁵

O mesmo tipo de lamento pode ser encontrado em crônica da revista *Niterói*, na qual seu autor lembrava de diversões passadas que não mais existiam, com o cinema então representando a única opção de lazer barata para os niteroienses: “A carestia da vida, sempre crescente, veio pouco a pouco acabando com tudo isso e até ultimamente, se não fosse o cinematógrafo, teríamos de nos submeter à falta completa de distrações”.¹⁶

A repercussão do cinema na sociedade brasileira de forma mais ampla pode ser atestada, ainda, pela popularidade e ubiquidade atingida pela gíria *fitá*,

[15] A.C.F., “Chronica da Quinzena”, em *Vida de Minas*, n. 2, ago. 1915, p. 5. O cronista de Belo Horizonte comentava a longa distância para o campo onde podia assistir às partidas de futebol e a ausência de boas atrações nos palcos do teatro municipal.

[16] *Niterói*, v. 2, n. 80, 6 nov. 1910, p. 1, em R. L. Freire, *Cinematographo em Nictheroy: história das salas de cinema de Niterói*, Niterói: Niterói Livros, 2012, p. 65.

largamente adotada não apenas no sentido de ilusão ou fingimento, mas, sobretudo, como uma forma crítica e debochada de descrever qualquer tipo de engodo ou enganação, principalmente da parte de políticos e governantes. Em referência tanto aos filmes cinematográficos em si quanto ao seu suporte material – a película plástica transparente, fina, resistente e flexível, um grande avanço da moderna química industrial –, a palavra fita revela o apelo figurativo ao cinema para interpretar e conferir sentido a um mundo em radical transformação. Através do cinema, práticas antigas e arraigadas ganhavam um novo nome, como se os filmes permitissem um olhar renovado sobre a realidade ao redor. Se o cinema, como outros meios técnicos, influenciou, por exemplo, a forma da escrita de alguns literatos brasileiros, seu impacto de maneira mais ampla no meio cultural do país durante a *belle époque* ainda não foi devidamente aquilatado.¹⁷

Escrevendo sobre o cinema ou para o cinema, desenhando como se faziam filmes, tocando música em salas de exibição, artistas os mais diversos como João do Rio, José do Patrocínio Filho, Lima Barreto, Raul Pederneiras, J. Carlos, Chiquinha Gonzaga ou Ernesto Nazareth, para citar apenas aqueles atuantes na capital federal, estavam sintonizados com a modernidade do início daquele que seria o século do cinema. Inspirando-se ou relacionando-se com o cinema, em maior ou menor medida, esses artistas (a maioria deles afrodescendente) foram fundamentais para a modernização artística do Brasil, por exemplo, no campo da crônica, da revista, da charge ou da música. Sem falar, ainda, em como o cinema, obviamente, engajou alguns de nossos melhores fotógrafos, a exemplo dos Ferrez.¹⁸ Desnecessário dizer, a crucial e mútua influência do cinema sobre o teatro brasileiro já foi fartamente demonstrada nas páginas anteriores.

Sem desejarem elevar o cinema ao posto de uma nova arte autônoma e independente, como insistiriam as vanguardas do pós-guerra, os artistas

[17] Apesar das importantes contribuições, por exemplo, de Flora Süssekind ou Monica Pimenta Velloso. Flora Süssekind, *Cinematógrafo de letras: literatura, técnica, modernização*, São Paulo: Companhia das Letras, 1987; Mônica Pimenta Velloso, *Modernismo no Rio de Janeiro: Turunas e quixotes*, Rio de Janeiro: FGV, 1996.

[18] Além, obviamente, de Marc Ferrez, seus filhos e neto também eram excelentes fotógrafos, mesmo sem terem atuado profissionalmente: “Tanto Julio quanto Luciano e Gilberto tinham nível técnico excepcional, tão bom quanto (ou até mesmo melhor) o da maioria dos profissionais da primeira metade do século XX”. Pedro Afonso Vasquez, “Família Ferrez: da escultura à fotografia e do Império à República”, em *Fotografia escrita: nove ensaios sobre a produção fotográfica no Brasil*, Rio de Janeiro: Senac, 2012, p. 62.

brasileiros que mencionamos brevemente neste livro apoiaram-se (mais do que se apropriaram) naquela novidade tecnológica e comercial para refletir sobre o estrangeirismo, moralismo e conservadorismo contumazes das chamadas “elites” intelectuais e econômicas do país. Assumiram atitudes diversas em seus respectivos campos – ironia, provocação, apropriação ou despreensão –, mas, principalmente, mantiveram um estreito diálogo com a realidade concreta da moderna vida cotidiana, particularmente da então capital federal.

Portanto, uma análise minuciosa do cinema no Brasil da *belle époque*, como foi o nosso objetivo, mesmo que com foco na atividade de distribuição, revela-se uma chave importante e ainda pouco explorada para a compreensão da emergência de outros modernismos no Brasil. Modernismos, aliás, anteriores e distintos da Semana de Arte Moderna, realizada em São Paulo, em 1922, cujos participantes foram elevados, nas décadas seguintes, a protagonistas brasileiros do processo de modernização das artes mais tradicionais e legitimadas, como a literatura e pintura.¹⁹

Mas o foco deste livro foi o cinema como um negócio e talvez dos mais expressivos em um momento de expansão do capitalismo internacional. No Brasil, a exemplo da família Ferrez e dos vários outros nomes citados, a distribuição cinematográfica foi, nesse período, um negócio de homens brancos, geralmente imigrantes europeus de primeira ou segunda geração: principalmente italianos, portugueses, espanhóis, franceses e alemães. Entretanto, mesmo no seio de empresários de perfis semelhantes, havia distinções (que eram eventualmente reafirmadas) entre aqueles com marcas na pobreza e contravenção e os que possuíam trajetórias profissionais mais reputadas e que incorporaram o cinema a negócios já estabelecidos. De um modo ou de outro, os surpreendentes lucros oferecidos pelo comércio cinematográfico foram usados por vários de seus empresários para obscurecer traços de origens mais modestas ou alcançar definitiva respeitabilidade. Muitos dos principais nomes da distribuição de filmes eram antecidos pela alcunha de “coronel” (Francisco Gomes Nogueira, Ruben Pinheiro Guimarães, Gustavo José de Mattos) ou “capitão” (Antonio Gadotti, Francisco Serrador), enquanto os “doutores” ainda se mantiveram relativamente escassos nessa geração de empresários cinematográficos.

[19] Sou devedor das reflexões trazidas pelos participantes do ciclo de encontros 1922: *modernismos em debate*, organizado em formato remoto pela Instituto Moreira Salles, Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo e Pinacoteca ao longo de 2021.

A cinematografia – como o campo profissional da exibição e distribuição passou a se autointitular – foi inicialmente marcada pelo personalismo. As primeiras companhias distribuidoras eram geralmente empresas familiares (Marc Ferrez & Filhos, Stamile & Irmão) ou que estampavam o nome de seus proprietários (Empresa F. Serrador, Empresa J. R. Staffa). Os contatos pessoais eram fundamentais, inclusive, no comércio internacional, tal como demonstrado pela relação de confiança estabelecida entre Marc Ferrez e Charles Pathé, reafirmada através de protocolos burgueses de cortesia, honra e respeitabilidade.

No Brasil, porém, as relações pessoais tinham um papel ainda mais importante para a manutenção de privilégios, obtenção de favores ou proteção contra perseguições. Na correspondência dos Ferrez foi recorrente a descrição e valorização de suas amizades, não apenas com os grandes distribuidores e produtores cinematográficos europeus, mas também com jornalistas, banqueiros e até com delegados da cidade do Rio de Janeiro. O exibidor Paschoal Segreto, por sua vez, era notoriamente conhecido por cultivar amizades com homens da imprensa, tal como Lima Barreto o descreveu através do personagem Laje da Silva, no romance autobiográfico *Recordações do escrivão Isaías Caminha*, publicado em 1909.²⁰

Obviamente, as relações políticas e com políticos também eram cruciais. Em uma carta escrita em 1915, Luciano Ferrez deu a boa notícia ao seu irmão de que o dr. Veríssimo de Mello, advogado da família e acionista da CCB, havia sido recém-eleito deputado federal pelo Rio de Janeiro.²¹ Antes disso, com a ampliação de seu capital social em 1912, a CCB passara a contar em seu quadro de acionistas com o também advogado Venceslau Brás, detentor de 20 ações nominais. Tratava-se do então vice-presidente do país e que, em 15 de novembro de 1914, tomou posse como o 9º presidente do Brasil.

[20] Laje da Silva continuava “sempre solícito, bem relacionado, procurando um e outro. Ultimamente explorava uma casa de divertimentos na Lapa, ‘Folies Bergères’ [provável referência ao Moulin Rouge], onde se dizia haver jogo oculto. Não havia estreia de uma cantora que não mandasse convites individuais para o pessoal de todos os jornais. Ele sabia os nomes de um por um, desde a redação até a administração, passando pelas oficinas, revisão e expedição” (Lima Barreto, *Recordações do escrivão Isaías Caminha*, 1 ed., Lisboa: A. M. Teixeira & Cia, 1909, p. 203). Ver também: W. S. N. Martins, *Paschoal Segreto: “Ministro das Diversões” do Rio de Janeiro (1883–1920)* (dissertação), UFRJ, 2004, pp. 11-16.

[21] Carta de Luciano a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 2 fev. 1915, FF:JF: 2.1.1.1, AN. De fato, foi o escritório dos advogados Ignácio Verissimo de Mello e Domingos Louzada que esteve à frente dos processos movidos pela CCB contra Staffa, em 1912.

Se dentre os distribuidores havia a preponderância de homens brancos, também nas principais salas de cinema das grandes capitais os músicos, gerentes e porteiros seguiram, em geral, o mesmo perfil. Embora crianças negras fossem frequentemente empregadas como vendedores de doces nas salas de cinema, especialmente as mais populares, o anúncio de um exibidor localizado na praça Tiradentes, em 1910, exemplificava o racismo estrutural da sociedade brasileira ao buscar “dois meninos *brancos ou mulatinhos claros* para vender dentro de cinematógrafo balas, chocolates etc. (grifo meu)”.²² A conquista de um público de maior poder aquisitivo do que aquele que frequentava as diversões públicas mais populares (touradas, circos, chopes-berrantes), conforme perseguida pelos cinemas lançadores, significava também evitar a presença de pobres, negros e indígenas, em geral, nos estabelecimentos que se queriam mais luxuosos, modernos e civilizados.²³ Esse branqueamento, tal como se desejava nas salas de cinema, foi comentado de forma cristalina por Lima Barreto, no caso da capital federal:

Os Hausmann²⁴ pululavam. Projetavam-se avenidas, abriam-se nas plantas *squares*, delineavam-se palácios, e, como complemento, queriam também uma população catita, limpinha, elegante: cocheiros irrepreensíveis, engraxates de

[22] *Jornal do Brasil*, 6 abr. 1910, p. 2. Figuras comuns das ruas do Rio de Janeiro, os vendedores de doces e balas eram estigmatizados como “uma das piores pragas da cidade”. Uma crônica da década de 1910 sobre os baleiros exemplifica essa visão preconceituosa e elitista: “Todos os baleiros se parecem muito. Todos têm o mesmo tipo. Apenas variam na cor que vai gradativamente do preto retinto e opaco ao mulato disfarçado e chega até o ruivo. São pernósticos e galhofeiros. [...] São sempre sujos, no corpo e nas roupas. Tem os braços tatuados com imagens e retratos, relíquias de façanhas e bravatas. O ofício é rendoso e cômodo à va-diagem” (Alvaro Sodré, “Typos da Rua: os baleiros”, em *Selecta*, v. 4, n. 50, 14 dez. 1918, p. 28). É válido ressaltar como o trabalho de doceira, cujos quitutes eram vendidos em tabuleiros armados nas esquinas das ruas cariocas, também foi um frequente ofício de mulheres negras baianas como a célebre Tia Ciata, figura fundamental para o surgimento do samba.

[23] Sobre a formação de um público das classes sociais mais elevadas para os cinemas fixos cariocas, ver J. I. M. Souza, *Imagens do passado: São Paulo e Rio de Janeiro nos primórdios do cinema*, São Paulo: Senac, 2004, pp. 129-143. Sobre a inadequação da presença de índios na remodelada capital federal, ver Nicolau Sevcenko, *Literatura como missão: tensões sociais e criação cultural na Primeira República*, São Paulo: Brasiliense, 1999, p. 35.

[24] Referência ao Barão Haussmann, responsável pelas reformas urbanas de Paris que serviram de inspiração para o Rio de Janeiro.

libré, criadas louras, de olhos azuis, com o uniforme como se viam nos jornais da moda da Inglaterra.²⁵

Nesse período, fotografias do interior dos mais luxuosos cinemas brasileiros revelam, em geral, um público quase exclusivamente branco, com homens trajados de paletó e chapéu, mulheres e crianças vestidas em roupas de passeio. Por outro lado, principalmente nas cidades do interior, não foi incomum a presença de operários e trabalhadores braçais em salas de exibição mais populares, cujos ingressos – mais baratos que os das capitais – eram eventualmente acessíveis a esse público.²⁶ Uma fotografia, por exemplo, de um cinema da cidade de Pirapora, no norte de Minas Gerais, no ano de 1913, mostra a presença de muitos espectadores negros, mas, principalmente, na mais barata segunda classe (mais próxima à tela), numa separação por classe social que espelhava também a desigualdade racial (figura 25).²⁷

De fato, uma reportagem publicada em 1911, numa revista de cinema inglesa, sobre o mercado cinematográfico na Bahia, equiparava os espectadores de maior poder aquisitivo disputados pelas seis salas de cinema de Salvador à minoritária parcela branca da capital baiana, desprezando a população negra como possível público pagante. Desse modo, o jornalista incentivava novos

[25] L. Barreto, *Recordações do escrivo Isaias Caminha*, 1 ed., Lisboa: A. M. Teixeira & Cia, 1909, pp. 205-206. Na segunda edição revista e aumentada, Lima Barreto acrescentou uma palavra para não haver dúvidas na sua descrição: “queriam também uma população tatita [sic], limpinha, elegante e branca” (L. Barreto, *Recordações do escrivo Isaias Caminha*, 2ª ed. Rio de Janeiro: A. de Azevedo & Costa, 1917, p. 159, grifo meu).

[26] Em bairros do subúrbio do Rio de Janeiro, como Méier, Riachuelo ou Engenho Novo, surgiram na década de 1910 cinemas mais amplos e sofisticados que certamente miravam no que Lima Barreto descreveu sarcasticamente como a alta sociedade suburbana: “É uma alta sociedade muito especial e que só é alta nos subúrbios. Compõe-se em geral de funcionários públicos, de pequenos negociantes, de médicos com alguma clínica, de tenentes de diferentes milícias, nata essa que impa pelas ruas esburacadas daquelas distantes regiões, assim como nas festas e nos bailes, com mais força que a burguesia de Petrópolis e Botafogo. [...] Fora dos subúrbios, na rua do Ouvidor, nos teatros, nas grandes festas centrais, essa gente míngua, apaga-se, desaparece [...]” (L. Barreto, *Triste fim de Polycarpo Quaresma*, 1 ed., Rio de Janeiro: Typ. Revista dos Tribunaes, 1915, pp. 17-18).

[27] Numa investigação inicial sobre a frequência de espectadores negros nos cinemas brasileiros, Rodrigo Bouillet destacou a “segregação sócio-racial” particularmente na cidade mineira de Uberlândia. Ver Rodrigo Fagundes Bouillet, “‘Ida ao cinema’ da população negra brasileira na primeira metade do século XX”, em *Revista da ABPN*, v. 12, n. 33, ago. 2020.

exibidores a desbravarem o restante do estado, onde ainda haveria uma clientela (branca) a ser conquistada: “Como 80 por cento da população [de Salvador] consiste de negros, é extremamente difícil entrar no mercado, e a única chance de um novato é partir para o interior, que até o presente não foi explorado”.²⁸

O interior da Bahia, porém, não necessariamente atenderia às expectativas dos empresários. O escritor Harry A. Franck, por exemplo, lamentaria o escasso público que pagou ingresso para duas exposições do Kinetophone, no início de 1915, no modesto cinema São Félix, da cidade homônima no Recôncavo Baiano, apesar da animada propaganda encomendada a uma “banda” de esfarrapadas crianças negras (figura 26).

Se a República brasileira buscava simplesmente apagar o vergonhoso e recente passado da escravidão (mas sem enfrentar sua herança nefasta), estrangeiros como Franck não podiam deixar de perceber suas evidentes e irreparadas consequências no presente, como expresso na fotografia tirada durante a exposição do Kinetophone em Salvador, também em 1915 (figura 27). Publicada seis anos depois em seu livro, a imagem contrapunha pedintes nas ruas da capital baiana (com uma mulher negra em primeiro plano) aos cartazes pregados nas paredes a divulgarem “a mais nova e importante invenção do genial americano Thomas A. Edison”, a ser apresentada à majoritariamente branca burguesia soteropolitana no Teatro São João.

Nesse sentido, as mulheres brancas das classes médias e altas se tornaram um público preferencial das salas de cinema: uma consequência da maior presença feminina no espaço público, ao mesmo tempo que a própria popularização do cinematógrafo serviu de convite para essa mudança.²⁹ Importante ressaltar como as salas fixas se afirmaram como uma atração não só moderna, como familiar, e, assim, moralmente sancionada para esse público feminino, diferentemente de outros tipos de divertimentos da época.³⁰

[28] “Cinematography in South America”, em *The Bioscope*, 16 mar. 1911, p. 45. Tradução do inglês.

[29] Rosa Maria Barboza de Araújo, *A vocação do prazer: a cidade e a família no Rio de Janeiro Republicano*, Rio de Janeiro: Rocco, 1995.

[30] O escritor americano Harry A. Franck apontou como o público essencialmente masculino do teatro de variedades no Brasil era uma característica particular do país: “Na verdade, o palco e a respeitabilidade não têm nenhuma ligação na mente latino-americana. Em toda a América do Sul, e especialmente no Brasil, ‘atriz’ é sinônimo de termos poucos elogiosos; não é tampouco possível convencer um brasileiro de que tal não seja o caso em outros países. Raramente apresentando algo melhor do que apelos estúpidos e lascivos para os homens,

Apesar de largamente presente nas plateias, as mulheres eram absoluta minoria dentre os funcionários das empresas exibidoras e distribuidoras no período abordado por este livro. Em janeiro de 1915, por exemplo, dos vinte funcionários empregados no escritório e no setor de distribuição da filial carioca da CCB, a maior empresa do ramo no país, apenas cinco eram mulheres: uma era datilógrafa e todas as demais eram revisoras de filmes (ou “revisadeiras”). Aliás, tratava-se de um trabalho que se tornou predominantemente feminino, mas cujo salário era o mais baixo dentre todos os empregados no setor de distribuição.³¹

No Brasil, mas não apenas, o delicado, paciente e repetitivo trabalho que exigia o manuseio direto das películas cinematográficas – tanto para a limpeza e reparo das cópias de exibição, quanto para a montagem de negativos ou colorização das cópias – era relacionado a predicados então considerados como inatos ao gênero feminino e associados, numa visão essencialista, às

não é de se admirar que o teatro tenha sido quase eliminado da América do Sul pelo cinema” (Harry Franck, *Working North from Patagonia: Being the Narrative of a Journey Earned on the Way, Through Southern and Eastern South America*, Nova York: The Century, pp. 262-263. Tradução do inglês). Uma publicação brasileira apontou também a restrição moral à presença da mulher brasileira especificamente no café concerto: “O que priva os nossos empresários de terem os seus teatros de café concerto concorridos é o defeito dos nossos costumes. No Rio, uma senhora decente não pode ir com seu marido a esses espetáculos. A nossa boemia não admite a intromissão dessa espécie de mulher, no seu teatro [...]. Lá [na Europa] toda a gente vai ao café concerto; aqui às famílias só é dado a conhecer as cançonetistas ou uma bailarina quando um empresário inteligente e amigo de seu público a contrata para encaixar os seus números de repertório em uma revista” (Salvilius, “Os nossos costumes”, em *Revista de Theatro & Sport*, v. 2, n. 39, 17 jul. 1915, p. 2).

[31] A participação de mulheres no setor de distribuição de filmes costuma ser difícil de ser averiguada. Nesse caso, fizemos uso de documentos que relacionavam todos os funcionários da filial carioca da CCB pelos seus nomes, cargos ou salários. Assim, pudemos constatar que as revisoras Rosalina Homem, Martha Furtado, Antonieta Seixas e Assumpção Furtado tinham os mais baixos salários de todos os funcionários, ganhando 100\$000 por mês. Já Carolina Espinheira, datilógrafa, ganhava 300\$000. Os salários dos demais funcionários, todos homens, eram: Advogado (500\$000), Guarda-livros (630\$000), Chefe do aluguel (630\$000), Correntista (300\$000), Ajudantes (200\$000), Distribuidores (240\$000), Carregadores (150\$000). Após a saída de Luciano Ferrez da gerência da filial carioca da CCB, Francisco Serrador diminuiu o salário de todos os funcionários e as revisoras teriam passado a ganhar ainda menos, apenas 70\$000 réis por mês. Ver Companhia Cinematographica Brasileira, Folha de pagamento da 1ª Quinzena do mez de janeiro de 1915 – escriptorio, FF:FMF 2.2.2.5.2.1/1, AN; Pessoal, FF:FMF 2.2.2.5.2.11, AN; carta de Luciano a Julio Ferrez, Rio de Janeiro, 7 abr. 1915, FF:JF: 2.1.1.1, AN.

supostamente mais hábeis mãos femininas. Não à toa, essas funções foram as que contaram com maior participação de mulheres nos primeiros tempos da indústria cinematográfica mundial.³²

Por outro lado, o trabalho de revisão de cópias (nas potencialmente perigosas películas em nitrato de celulose) se tornou ainda mais exigente com o crescimento do mercado e da duração dos filmes. Se, nos primeiros anos da atividade, os programas eram organizados com filmes que raramente ultrapassavam um rolo de extensão (até 300 metros), os longas-metragens trouxeram novas responsabilidades, por exemplo, na manutenção e controle da ordenação das diferentes partes (ou rolos) que compunham cópias de filmes que passavam a ter mais de 2.000 metros de extensão. Em 1915, Luciano Ferrez relatava a encomenda feita à Pathé Frères de algumas centenas de metros de película que traziam impressas, em cada fotograma, as palavras em português “intervalo”, “segunda”, “terceira” ou “quarta parte”. Um trecho com cartelas trazendo a palavra “intervalo” deveria ser incorporado, pelas revisoras da filial carioca da CCB, ao final de cada rolo que compunha a cópia de um longa-metragem (com exceção da última parte, que se encerrava com a cartela de “fim”), enquanto as demais cartelas deveriam ser emendadas ao início e final de seu respectivo rolo, num trabalho que exigia o uso de lâminas e cola para raspar a emulsão e emendar as extremidades dos dois trechos de película a serem unidos.³³

A função de revisora de filmes nas empresas distribuidoras somava-se, assim, a outros tipos de trabalhos – como na indústria têxtil e em fábricas de

[32] Ver Kristen Hatch, “Cutting Women: Margaret Booth and Hollywood’s Pioneering Female Film Editors”, em Jane Gaines e outras (orgs.), *Women Film Pioneers Project*, Nova York: Columbia University Libraries, 2013. Disponível em <<https://wfpp.columbia.edu/essay/cutting-women/>>. Acesso em 30 set. 2021; Joshua Yumibe, “French Film Colorists”, em Jane Gaines e outras (org.), *Women Film Pioneers Project*, Nova York: Columbia University Libraries, 2013. Disponível em <<https://wfpp.columbia.edu/essay/french-film-colorists/>>. Acesso em 12 mar. 2021; Frederico Pierotti, “Coloring the Figures: Women’s Labor in the Early Italian Film Industry”, em Monica Dall’Asta e outras (orgs.), *Researching Women in Silent Cinema: New Findings and Perspectives*, Bologna: University of Bologna, 2013. *E-book*. O pioneiro cineasta Luiz de Barros comentou o trabalho feminino na colorização de filmes na Europa, onde viveu entre 1911 e 1914: “Para isso, como cheguei a ver na Europa, sentadas em vários andaimes sobrepostos, moças iam colorindo cena por cena no filme, o qual, desenrolado, descia do alto dos andaimes e ia passando pelas moças” (Luiz de Barros, *Minhas memórias de cineasta*, Rio de Janeiro: Artenova e Embrafilme, 1978, p. 22).

[33] Carta de Luciano para Julio Ferrez, Rio de Janeiro, s.d. [c. jan. 1915], FFJF: 2.1.1.1, AN.

vassouras, chapéus ou sabão – nos quais o contingente de operárias femininas cresceu progressivamente no Brasil nesse período. Da mesma forma, nos escritórios das empresas cinematográficas, o espaço das mulheres manteve-se, geralmente, restrito a cargos que eram socialmente vistos como continuidade de suas funções de administração doméstica, como o de secretárias.³⁴

Já nas três salas de exibição da CCB, em 1915, as únicas mulheres indicadas na folha de pagamento eram as bilheteiras, que representavam o primeiro contato pessoal do público com a sala de cinema: as duas do Odeon e uma do Avenida.³⁵ Podemos entender a presença que se tornaria frequente de mulheres na bilheteria das salas de exibição em consonância com o papel figurativo que a imagem e o corpo da mulher, estilizados como musas diáfanas, também assumiu em relação à representação visual do cinema nas ilustrações das revistas, programas e anúncios, frequentemente marcada pelo *art nouveau*. Entretanto, como apontou Frederico Pierotti, “a tendência cultural de idealizar a figura feminina como Musas da tecnologia surge em paradoxal contraste com a experiência real de tantas mulheres que trabalhavam materialmente nas indústrias que produziam essas mesmas tecnologias” (figura 28).³⁶

De fato, a contratação de mulheres nas salas de cinema, mesmo como bilheteiras, não era generalizada no período abordado por este livro. No mesmo ano de 1915, a revista *Fon Fon* publicou fotografias de todos os funcionários do cine Palais, na avenida Rio Branco. Dentre as mais de três dezenas de pessoas (gerente, músicos, empregados do escritório, projetoristas, porteiros etc.) não havia nenhuma mulher e apenas meia dúzia de homens negros.³⁷

[34] Maria Martha de Luna Freire, *Mulheres, mães e médicos: discurso maternalista no Brasil*, Rio de Janeiro: FGV, 2009, p. 56. Ver também: Marina Maluf e Maria Lúcia Mott. “Recônditos do mundo feminino”, em Nicolau Sevcenko (org.), *História da vida privada no Brasil*, São Paulo: Companhia das Letras, 1998, v. 3, pp. 367-421.

[35] Rosa Jacovini, como bilheteira de 1ª classe do Avenida, ganhava salário mensal de 160\$000 réis, enquanto Esther de Bittencourt e Izabel Barboza recebiam 140\$000 no Odeon. No cinema Pathé não havia nenhuma funcionária mulher. Companhia Cinematographica Brasileira, Folha de pagamento da 1ª Quinzena do mez de janeiro de 1915 – cinema Avenida, FF:FMF 2.2.2.5.2.1/2, AN; Companhia Cinematographica Brasileira, Folha de pagamento da 1ª Quinzena do mez de janeiro de 1915 – cinema Odeon, FF:FMF 2.2.2.5.2.1/3, AN.

[36] F. Pierotti, “Coloring the Figures: Women’s Labor in the Early Italian Film Industry”, em Monica Dall’asta e outras (orgs.), *Researching Women in Silent Cinema: New Findings and Perspectives*, Bologna: University of Bologna, 2013, p. 107. E-book.

[37] Nessas fotografias pudemos identificar também o músico Ernesto Nazareth, o que nos

Ainda assim, a participação feminina no corpo de funcionários dos cinemas se ampliou, particularmente nas orquestras das salas de espera dos cinemas mais luxuosos, especialmente formadas por artistas europeias, contratadas por temporada e com salários relativamente altos. Muitas eram jovens e bonitas, tendo suas fotos publicadas nas revistas ilustradas e tratadas como atrações extras para o público frequentador masculino. Expressando o discurso que opunha o trabalho feminino ao matrimônio – afinal, o Código Civil Brasileiro exigia das mulheres casadas a autorização dos maridos para trabalharem fora do lar³⁸ –, o crítico Celestino Silveira se recordava que essas orquestras eram formadas por “francesinhas bonitas e elegantes que tinham que ser periodicamente substituídas, pois em chegando no Rio, logo encontravam casamento, ou um caso de amor muito sério para afastá-las da saleta de espera do Odeon”.³⁹ Como apontou Luciana Corrêa de Araújo:

Na medida em que as salas de cinema investiam em atrações musicais, abria-se um mercado de trabalho para as mulheres que, embora não muito amplo, ainda assim se sobressai quando comparado às demais atividades do meio cinematográfico brasileiro, no qual, com exceção do trabalho das atrizes, a presença de profissionais femininas era bastante reduzida.⁴⁰

Entretanto, mesmo nesses casos podemos perceber a manutenção da hierarquia de poder entre os gêneros no caso da famosa orquestra feminina do cinema Odeon, atuante no Brasil entre 1912 e 1916, formada por “damas francesas” como a conhecida violinista Claire Robidou, mas cuja regência era dividida por ela com um homem, justamente o seu marido, o sr. Robidou. Mais rara ainda era a presença de uma mulher negra e, por isso, esse aspecto foi repetidamente

foi confirmado, em correspondência pessoal, pelo pesquisador Luiz Antonio de Almeida, especialista na vida e obra do artista.

[38] M. Maluf e M. L. Mott, “Recônditos do mundo feminino”, em Nicolau Sevcenko (org.), *História da vida privada no Brasil*, São Paulo: Companhia das Letras, 1998, v. 3, pp. 375-376.

[39] Celestino Silveira, “Antigamente era assim...”, *Cine-Rádio Jornal*, 20 mar. 1941, p. 4, em Carlos Eduardo Pereira, *A música no cinema silencioso no Brasil*, Rio de Janeiro: Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, 2014, p. 99.

[40] Luciana Corrêa de Araújo, “As orquestras femininas nas salas de cinema cariocas na década de 1910”, 3. *Jornada de Estudos em História do Cinema Brasileiro*, São Carlos, 4 a 6 set. 2019, manuscrito não publicado.

notado no caso de Ambrosina Teodorico da Costa, pianista de salas de cinema de Fortaleza na década de 1910: “Todos a conheciam como a Negra Ambrosina. Sua cor despertava maior atenção, por ser fato raro no meio das pianistas”.⁴¹

Já em cinemas de bairro ou do interior, geralmente propriedade de pequenas empresas familiares, sobretudo de imigrantes brancos europeus, era comum que esposas, irmãs ou filhas assumissem o papel de bilheteira ou pianista, enquanto o pai gerenciava o negócio e o filho ou um empregado homem era responsável pela projeção e outras questões técnicas.⁴² Como seria a regra durante muitas décadas, o trabalho da mulher brasileira na área cinematográfica só era moralmente sancionado quando realizado na companhia (e sob a sombra) da autoridade masculina, fosse a do pai ou do marido.⁴³ Ainda assim, a participação das mulheres no setor da distribuição e exibição cinematográfica cresceu lentamente nos anos seguintes, a muito custo e enfrentando grande resistência, mas acompanhando a tendência mais ampla em curso no Brasil do pós-guerra.

Outro movimento que se acelerou na segunda metade da década de 1910 diz respeito à maior difusão comercial de uma emergente cultura popular urbana, tomando como marco o registro, em 1916, e a pioneira gravação em disco, no ano seguinte, do samba carnavalesco “Pelo telefone”, por Ernesto dos Santos, o Donga. Três anos antes, a grande polêmica que cercou um sarau no palácio presidencial quando a primeira-dama Nair de Teffé tocou ao violão o conhecido tango “Corta-Jaca”, de Chiquinha Gonzaga – imediatamente seguida da Rapsódia de Liszt ao piano –, demonstrava não apenas as imbricações entre

[41] Aloysio de Alencar Pinto citado em Lucia Pereira da Silva Basile, *O piano na praça: “música ligeira” e práticas musicais no Ceará (1900–1930)* (tese), UFMG, 2015, p. 214. Ver também: A. B. Leite, *Fortaleza e a era do cinema: pesquisa histórica (1981–1931)*, Fortaleza: Secretaria de Cultura e Desporto do Estado do Ceará, 1995, p. 255.

[42] Além do já citado exemplo de Vital Ramos de Castro, no Rio de Janeiro, ver o relato da família Ponticelli, proprietária do Cine Teatro & Café Bento Gonçalves, fundado na cidade gaúcha em 1911 (Kenia Pozenato e Loraine Giron, *Cinemas: lembranças*, Porto Alegre: EST, 2007, pp. 31–33). Por outro lado, a divisão de papéis sociais na família burguesa estabelecia o trabalho como exclusividade do homem, responsável por prover o lar, o que era também sustentáculo de sua autoridade familiar. No caso da família Ferrez, por exemplo, os filhos Julio e Luciano deram prosseguimento aos negócios do pai, enquanto suas esposas se dedicaram à casa e à criação dos filhos, tal como a mãe de seus maridos.

[43] Como exemplo, ver Sheila Schwarzman, “Gilda Bojunga: caminhos e percalços de uma afirmação”, em Karla Holanda e Marina Cavalcanti Tedesco (orgs.), *Feminino e plural: mulheres no cinema brasileiro*, Campinas: Papirus, 2017, pp. 31–42.

o erudito e o popular na capital federal, particularmente entre “características da música de origem europeia e africana”, mas também como um certo repertório de canções urbanas (fosse o tango, lundu ou maxixe, tocados em revistas, cafés-cantantes e também em cinematógrafos) começava a expressar um caráter de nacionalidade.⁴⁴

Tendo como alvo preferencial as classes médias urbanas, o cinema foi um bom termômetro do processo de conflitos e negociações entre um ideal civilizador de cunho racista e sua incorporação concreta ao espaço urbano, por exemplo, da capital federal, permeável a trocas culturais e interação entre diferentes grupos étnicos e sociais, mesmo com a crescente segregação espacial reforçada pelas remodelações urbanas. Apesar de seu caráter de tecnologia importada e de símbolo civilizatório de viés europeizante, no Rio de Janeiro o cinematógrafo se tornou popular no botequim de um português, passando a ser explorado por comerciantes com passado de capoeira e negócios no jogo do bicho.⁴⁵ Nas telas ao redor do país, foram exibidos filmes brasileiros estrelados por artistas negros, como o ator/palhaço Benjamin de Oliveira e o cantor Eduardo das Neves, ou de autoria de escritores negros, como José do Patrocínio Filho e Lima Barreto.

Nos conjuntos que acompanhavam as projeções de filmes, a presença de músicos negros também foi se tornando menos rara até a Primeira Guerra. Por outro lado, as prestigiosas salas de espera dos cinemas lançadores permaneceram sob domínio, praticamente exclusivo, de homens e mulheres brancos, quando não europeus, que tocavam principalmente valsas e música clássica em piano e violinos. A popularidade dos tangos e maxixes que Ernesto Nazareth vinha tocando na sala de espera dos cinemas Odeon e Palais – ainda que ao piano e

[44] A chamada “noite do corta-jaca”, que mereceu ruidoso ataque de Ruy Barbosa à “decaência moral” do presidente Hermes da Fonseca, ocorreu em 26 de outubro de 1914. Ver Rafael Nascimento, “Catete em ré menor: tensões da música na Primeira República”, em *Revista do Instituto de Estudos Brasileiros*, n. 67, ago. 2017, pp. 38-56.

[45] Se o português Arnaldo Gomes de Souza tinha um botequim “sofisticado”, dois dos maiores empresários cinematográficos do país, o italiano Paschoal Segreto e o espanhol Francisco Serrador, haviam sido, no Rio de Janeiro e em Curitiba, donos de quiosques: pequenas construções de madeira onde se vendiam cigarro, bebida e comida baratas, que foram estigmatizados como infectos “pés-sujos” e reduto de cachaceiros e apostadores do jogo do bicho (A. Gonzaga, *Palácios e poeiras: 100 anos de cinema no Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: Record, 1996, p. 61; J. I. M. Souza, *Imagens do passado: São Paulo e Rio de Janeiro nos primórdios do cinema*, São Paulo: Senac, 2004, p. 201; L. Edmundo, *O Rio de Janeiro do meu tempo*, Brasília: Senado Federal, 2003, pp. 67-69).

por um músico de formação erudita – é outro exemplo deste processo de miscigenação, que ganharia maior impulso na segunda metade da década de 1910.

Especialmente significativa é a trajetória do músico negro Pixinguinha, nome artístico de Alfredo da Rocha Vianna Filho (1897-1973). Como flautista prodígio, Pixinguinha participou de diversas orquestras de cinemas e teatros ao longo da década de 1910, um trabalho exaustivo e relativamente mal remunerado, embora atraente como possibilidade de profissionalização para músicos oriundos das classes trabalhadoras. A novidade ocorreu em 1919, quando ele foi convidado para formar um conjunto para tocar na sala de espera do cine Palais, em plena avenida Rio Branco.⁴⁶ O grupo Oito Batutas tinha, pelo menos, metade de seus integrantes negros – além de Pixinguinha, Donga, Nelson Alves e China (Otávio Vianna, irmão de Pixinguinha) – e nenhum pianista ou violinista. Como o próprio Pixinguinha relembrou:

Havia duas orquestras em cada cinema: uma ficava junto da tela, musicando a fita, que era muda. Outra ficava na sala de entrada, alegrando os frequentadores antes da fita começar. Artista preto só com muita paciência era aceito na orquestra de dentro. Assim, que nem ficar na cozinha, porque na sala de visita, na outra, de forma nenhuma.⁴⁷

Estreando em 7 de abril de 1919, o grupo Oito Batutas fez grande sucesso, sendo descrito pela revista *Fon Fon* como uma orquestra “composta quase toda de sacudidos crioulos, exímios no violão, na flauta e na interpretação de modinhas sertanejas”.⁴⁸ A orquestra foi destacada como uma nova atração em

[46] Quem o convidou foi o experiente Isaac Frankel, que havia sido gerente do cinema Pathé e, antes disso, empregado no boteco de Arnaldo Gomes de Souza. Em 1915, ele era superintendente dos três cinemas da avenida Rio Branco da CCB, mas brigou com Francisco Serrador quanto este assumiu a filial carioca, sendo demitido da companhia. Voltou à gerência do Pathé quando o cinema retornou à MF&F, mas se transferiu, em 1916, para o Palais.

[47] A comparação de Pixinguinha com uma cozinha e uma sala de visita é extremamente perspicaz ainda em termos de visibilidade. Enquanto a orquestra da sala de exibição ficava de costas para o público e, durante boa parte do tempo, num salão escuro, os músicos da sala de espera eram geralmente colocados num tablado elevado, permanentemente à vista de todos os espectadores num saguão profusamente iluminado. Depoimento a João Baptista Borges Pereira citado por Virginia de Almeida Bessa, “Um bocadinho de cada coisa”: trajetória e obra de Pixinguinha. *História e música popular no Brasil dos anos 20 e 30* (dissertação), USP, 2005, p. 67.

[48] R. T. “A vida ultra-chic”, em *Fon Fon*, v. 13, n. 16, 19 abr. 1919, p. 22.

anúncios do Palais, que convidava o público para conhecer seu repertório de “maxixes, lundus, canções sertanejas, corta-jacas, batuques, cateretês etc.”.⁴⁹ Isto é, vários gêneros e expressões musicais de fronteiras imprecisas, muitos dos quais convergiriam progressivamente para a palavra samba.⁵⁰

A boa recepção, porém, não foi unânime e um artigo de Xavier Pinheiro, conhecido jornalista suburbano, saiu em defesa dos “rapazes morenos” atacados em outro jornal pelo maestro Júlio Reis, que afirmou que aqueles músicos deviam estar em cabarés e não num cinema da avenida Rio Branco. Elogiando os Oito Batutas, o artigo de Pinheiro fazia uma apologia de novos tempos de valorização de uma moderna cultura popular urbana (brasileira, mas não apenas) em contraponto à tradicional e ultrapassada influência europeia sobre as classes altas brasileiras:

A música séria, os conceitos que a nossa fina sociedade finge entender, já foi moda; hoje a fina flor da aristocracia cochila quando ouve um artista cantar um trecho de qualquer ópera ou a sua interpretação ao piano, ao violino e ao violoncelo [...].

Nos principais salões da nossa sociedade as moças solteiras, as pudicas donzelas que gostam de dançar, preferem à valsa, à polca, o “one-step”, o tango, o samba, o sambinha, que é mais alegre, que é mais irrequieto, que satisfaz mais aos seus nervos [...].

A orquestra dos Oito Batutas não scandalizou a aristocracia que frequenta os cinemas, antes pelo contrário, ela aprecia agora mais esses que o maestro Reis considera como pés rapados... [...].

Se a aristocracia não gosta d’isso que vá para os salões do *Jornal do Commercio* e deixe a gente ouvir nos cinemas da Avenida a gemebunda flauta e o violão choroso e o cavaquinho e o chocalho e mais o reco-reco buliçoso e irreverente...

Nada de música clássica nos cinemas; ela que vá para os salões de baile, de concertos e, depois disso já teve a sua época, os que gostam de música já estão saturados, querem uma coisa mais comunicativa, de acordo com os nossos nervos.⁵¹

[49] *O Paiz*, 7 abr. 1919, p. 10.

[50] Carlos Sandroni, *Feitiço decente: transformações do samba no Rio de Janeiro (1917-1933)*, Rio de Janeiro: Jorge Zahar e UFRJ, 2001, p. 96.

[51] Xavier Pinheiro, “A música nos cinemas”, *Revista de Theatro & Sport*, v. 6, n. 231, 12 abr. 1919, p. 12.

O sucesso crescente da música popular urbana formada através de ricos e variados diálogos culturais, difundida comercialmente junto às classes médias através de vários meios, incluindo o cinema, representaria um auxílio fundamental e recorrente para atração do público pelos filmes brasileiros nos anos vindouros.

Afinal, no mercado de distribuição moldado pela produção europeia, a presença de filmes brasileiros desenvolveu-se, primordialmente, como alternativa ao cinema estrangeiro, como um diferencial para o exibidor que o lançava, ou explorando aquilo que os filmes importados não sabiam ou podiam oferecer. Nunca é demais enfatizar que o Brasil se constituiu nesse período em um mercado consumidor de filmes produzidos principalmente na Europa e importados pelos empresários que exploraram o emergente negócio da distribuição cinematográfica. Mas logo as empresas distribuidoras brasileiras sofreram a concorrência de filiais de distribuidoras estrangeiras. Diferentemente do caráter personalista ou da pretensão nacional que notamos no nome das nossas primeiras empresas distribuidoras – como a Companhia Cinematográfica Brasileira, que substituiu a Empresa F. Serrador –, nomes como o da americana Universal explicitavam não apenas sua pretensão global, mas também a absoluta impessoalidade desses poderosos agentes do capitalismo internacional.

Por fim, devemos ressaltar que a instalação da filial da Universal, em 1915, não representou, num primeiro momento, uma alteração drástica no mercado de distribuição no Brasil em termos de práticas ou modelos de negócio, apesar de mudanças significativas. Se a Pathé Frères substituiu, definitivamente, a venda pelo aluguel de cópias para o Brasil já em 1912, outras companhias europeias continuaram vendendo as cópias de seus filmes, mas condicionando, cada vez mais, o negócio ao pagamento de direitos de exclusividade ou à importação de um número mínimo de cópias. Ao estabelecer uma filial no Brasil, a Universal também atuaria apenas através da locação. Mas enquanto a Pathé havia determinado um prazo de 24 meses para o retorno das cópias usadas à Europa, ao se instalar no próprio país, a Universal pôde exercer um controle mais próximo e rigoroso sobre a circulação (e devolução) das cópias de seus filmes no território brasileiro.

Apesar de minoritária, a presença do cinema americano no Brasil tinha sido significativa entre 1909 e 1911, através da ação do exibidor-distribuidor Angelino Stamile, representante da Vitagraph e da Biograph, e maior importador de filmes americanos do país. O aumento dos impostos alfandegários, a formação do truste da CCB (com o fracasso da CIC de Stamile), e o sucesso crescente dos

mais longos filmes dinamarqueses, franceses, alemães e italianos colaboraram para diminuir a presença do cinema americano no mercado brasileiro por volta de 1912, mas sem que ele jamais desaparecesse totalmente.⁵² Além da preferência e maior familiaridade do público brasileiro com o cinema europeu, o preço das cópias de filmes americanos também era, em geral, superior ao dos fornecedores da Europa nesse período.⁵³

Devido à interrupção da produção e às dificuldades de transporte marítimo causados pelo início da guerra, o apelo a produções americanas ampliou-se a partir de 1914, sem alterar imediatamente, porém, o domínio europeu. Como Kristin Thompson apontou, a presença do cinema americano na América Latina, até o primeiro semestre de 1915, não havia se modificado significativamente, uma vez que os distribuidores e exibidores sul-americanos ainda conseguiam obter fornecimento da Europa.⁵⁴ Mas enquanto Thompson indicou Londres como principal centro de distribuição internacional dos filmes americanos, os capítulos anteriores mostraram que as cópias dos filmes americanos importadas para o Brasil eram adquiridas em Paris ou vinham e continuavam

[52] Segundo uma revista inglesa, entre julho de 1912 e abril de 1913, os EUA exportaram 43% menos metros de filmes para o Brasil do que no período anterior, entre julho de 1911 e abril de 1912 (“Jottings from Abroad”, em *The Kinematograph and Lantern Weekly*, 9 out. 1913, p. 2533). Portanto, ao contrário do que diferentes historiadores tradicionalmente sugeriram, o alegado fim, em 1912, da mítica “bela época do cinema brasileiro”, tal como discutido nos capítulos 2 e 3, nada teve a ver com o desenvolvimento industrial do cinema americano, como sugerido por Johnson (R. Johnson, *Film Industry in Brazil: Culture and the State*, Pittsburg: University of Pittsburg Press, 1987, p. 34). Tampouco esteve relacionado à chegada ao Rio de Janeiro, em fevereiro de 1911, de uma embaixada de capitalistas norte-americanos em busca da possibilidade de investimentos. Citada por Vicente de Paula Araújo (1976, pp. 358-359), essa visita foi mecanicamente elevada, em estudos posteriores, à causa do declínio da produção ficcional carioca. Ver Roberto Moura, “A bela época (Primórdios-1912)”, em Fernão Ramos (org.), *História do cinema brasileiro*, São Paulo: Círculo do Livro, 1987, p. 45; Carlos Roberto de Souza, *Nossa aventura na tela: a trajetória fascinante do cinema brasileiro da primeira filmagem à “Central do Brasil”*, São Paulo: Cultura Editores Associados, 1998, p. 64.

[53] Conforme relato do Cônsul Geral dos Estados Unidos no Rio de Janeiro, Julius G. Lay, publicado no jornal do Departamento de Comércio (*Daily Consular and Trade Reports*, v. 17, n. 208, 4 set. 1914, pp. 1249-1251) e também transcrito numa revista de cinema americana (“Film News From Foreign Parts”, em *Motion Picture News*, 19 set. 1914, p. 37) e em diversos jornais dos EUA (por exemplo, no *Newark Evening Star*, 10 set. 1914, p. 6).

[54] Kristin Thompson, *Exporting Entertainment: America in the World Film Market, 1907-1934*, Londres: BFI, 1985, p. 55.

sendo enviadas diretamente dos Estados Unidos, mas através de empresas de importação e exportação que trabalhavam com diferentes produtos, sendo os filmes apenas mais um deles, tais como Herbst Brothers, Raymond, Copland & Co. ou Pan American Trading Co.

A instalação da filial da Universal, em 1915, seguida de filiais da Fox e Paramount no ano seguinte, representou a chegada ao Brasil de empresas americanas exclusivamente dedicadas ao comércio cinematográfico. Por outro lado, essas distribuidoras estrangeiras iriam compreensivelmente buscar profissionais familiarizados com o mercado local. A Universal, por exemplo, teve como primeiro gerente o americano Alexander Von Koenig – que vinha trabalhando com o mercado brasileiro havia anos – e como subgerente ninguém menos que o próprio Angelino Stamile.

Como já foi indicado, em 1913 a França permanecia apenas um pouco à frente da Itália como país de origem da maior quantidade de películas importadas para o Brasil. Em 1915, essa situação já tinha se alterado, com a Itália assumindo o primeiro lugar isolado (8.267 quilos), seguida de longe pelos Estados Unidos (1.663 quilos) e França (1.415), em segundo e terceiro lugares. Em 1916, a Itália manteve-se à frente, com 6.287 quilos, mas com os Estados Unidos bem mais próximos, com 5.047, e a França agora mais atrás, com 3.280 quilos.⁵⁵

Portanto, se entre 1915 e 1916 a Itália foi a principal fornecedora de filmes para o Brasil, esses dois anos representariam o suspiro final no pleno domínio que o cinema europeu tinha estabelecido do mercado distribuidor e exibidor brasileiro desde a sua consolidação, já que em 1917 os filmes americanos assumiram a dianteira no volume de películas importadas para o Brasil.⁵⁶ A entrada da Itália na guerra, em 1915, certamente colaborou para acelerar a inversão de posições.

Essas mudanças não devem ser tomadas isoladamente, mas como parte de um articulado movimento, apoiado pelo governo americano, de aproveitamento da guerra na Europa para ampliar a exportação de seus produtos para a América Latina. Em 1907, por exemplo, a maior parte das então poucas centenas de carros importados para o Brasil era de fabricação francesa. Logo, porém, já estaríamos vivendo a “era do automóvel”, nas palavras de João do Rio: “Ruas arrasaram-se,

[55] “Os ‘films’ e o Brasil”, em *A Rua*, 9 out. 1917, p. 1. Dados originalmente citados, a partir de transcrição no jornal gaúcho *A Federação*, em Fábio Augusto Steyer, *Cinema, imprensa e sociedade em Porto Alegre (1896–1930)*, Porto Alegre: EDPUCRS, 2001, p. 111.

[56] “Os ‘films’ e o Brasil”, em *A Rua*, 9 out. 1917, p. 1.

avenidas surgiram, os impostos aduaneiros caíram, e triunfal e desabrido o automóvel entrou". Se a presença dos automóveis franceses foi, então, ligeiramente superada pela dos carros alemães, com o início da Primeira Guerra Mundial os fabricantes americanos é quem passaram a dominar o então promissor mercado automobilístico brasileiro.⁵⁷ Além dessas transformações econômicas, ocorreria, de um modo geral, a passagem, em certos segmentos da sociedade brasileira, de uma cultura eminentemente afrancesada para uma sociedade cada vez mais americanizada. Consolidando-se como uma indústria e em processo de legitimação como arte, o cinema exemplificou claramente essa mudança em curso no país.

Entretanto, a maior participação do cinema americano no mercado brasileiro não significou sua coroação imediata na preferência do público, acostumado há anos com o predomínio dos filmes europeus. Nesse sentido, podemos citar os primeiros concursos realizados por jornais cariocas para escolha das preferências cinematográficas dos leitores, justamente entre 1915 e 1916. Eles se revelam marcos não apenas da afirmação do estrelismo cinematográfico, como também da consolidação da identidade do fã de cinema, uma vez que, além da apuração parcial dos resultados, eram também publicados trechos das cartas enviadas pelos votantes, justificando suas escolhas e defendendo suas predileções.

A primeira enquête foi organizada pelo *Correio da Manhã* para escolher a "estrela cinematográfica preferida das cariocas", deixando clara a presunção sobre o gênero dos participantes. O resultado divulgado em outubro de 1915 confirmou a eleição da italiana Francesca Bertina, seguida da dinamarquesa Asta Nielsen, da francesa Gabrielle Robinne, da americana Cleo Madison e da italiana Lyda Borelli, nas cinco primeiras colocações.⁵⁸ Imediatamente, o jornal deu início a uma nova enquête, dessa vez para a escolha do ator preferido. Em novembro, o *Correio da Manhã* divulgou o resultado: o vencedor foi o dinamarquês Waldemar Psilander, seguido do italiano Emílio Ghione, do americano Arthur Johnson, do francês Gabriel Signoret e do também italiano Gustavo Serena.⁵⁹

Além do domínio dos já consagrados artistas europeus nos primeiros lugares, os astros americanos melhores colocados tinham trajetórias distintas para

[57] James P. Woodard, *Brazil's Revolution in Commerce: Creating Consumer Capitalism in the American Century*, Chapel Hill: The University of North Carolina Press, 2021, pp. 62-63; João do Rio, *Vida vertiginosa*, Rio de Janeiro: Garnier, 1911, p. 4.

[58] *Correio da Manhã*, 18 out. 1915, p. 5.

[59] *Correio da Manhã*, 1º nov. 1915, p. 5.

o público brasileiro. Enquanto Cleo Madison ficou mais conhecida por conta do recente seriado *Os três corações*, da Universal, lançado poucos meses antes do concurso, Arthur Johnson era mais lembrado pelas antigas fitas da Biograph (foi o ator preferido de D.W. Griffith), o que levou uma de suas votantes a recordar dos anos passados e lamentar que “hoje os cinemas imperdoavelmente já não exibem fitas americanas”.⁶⁰

Enquanto o *Correio da Manhã* realizava uma terceira enquete para eleição do cômico preferido pelos leitores,⁶¹ o jornal *O Imparcial* também organizou seu próprio concurso, mas para escolher os melhores do cinema em 1915. No resultado final, divulgado em janeiro de 1916, algumas mudanças já se fizeram notar em relação aos concursos anteriores do jornal concorrente. Embora a atriz preferida para os leitores de *O Imparcial* tenha sido a mesma Francesca Bertini que venceu o concurso do *Correio da Manhã*, a segunda posição foi obtida por Annette Kellerman, graças ao sucesso de *A filha de Netuno*. Também nesse concurso, ela foi a única estrela do cinema americano (embora de nacionalidade australiana) presente entre as primeiras colocadas, à frente da italiana Hesperia, da francesa Suzanne Grandais e da alemã Henny Porten. Cleo Madison sequer aparecia na listagem, nem tampouco Asta Nielsen.⁶²

Dentre os homens, o cinema americano teve pior resultado. O cômico francês Max Linder foi eleito o preferido entre os atores, seguido de seu conterrâneo Gabriel Signoret e dos italianos Alberto Capozzi e Emílio Ghione. Psilander amargou um sexto lugar, talvez revelando quão efêmero foi seu renovado sucesso, assim como o de Asta Nielsen, decorrente das reprises feitas por Staffa. O americano Arthur Johnson sequer apareceu na listagem por ter recebido menos de 200 votos.

O concurso de *O Imparcial* tinha ainda duas outras categorias: “filme que mais o impressionou” e “melhor fábrica de filmes”. Na escolha do filme preferido do ano anterior, a força do primeiro grande lançamento da Universal ficava evidente, com a primeira colocação para *A filha de Netuno*. Em segundo

[60] *Correio da Manhã*, 21 out. 1915, p. 5.

[61] O eleito foi o americano Billie Ritchie, cujos filmes vinham sendo lançados pela Universal, que surpreendentemente venceu Max Linder, segundo colocado. Ver Igor Andrade Pontes, *Os caminhos de Carlitos: a exibição dos filmes de Charles Chaplin no Rio de Janeiro, suas histórias e seus personagens (1914-1922)* (dissertação), UFF, 2016, pp. 55-57.

[62] *O Imparcial*, 15 jan. 1915, p. 5. Demais citações dessa fonte.

lugar, mesmo dois anos após sua estreia, estava *Quo Vadis?*, mais um sinal do impacto junto aos espectadores brasileiros desse primeiro filme extra. Nas demais colocações, foram eleitos os sensacionais filmes em série e os grandiosos épicos históricos, todos europeus, mas principalmente italianos, que mencionamos nas páginas anteriores: *Za-La-Mort*, *Cabíria*, *Rocamboles*, *Julio Cesar*, *Os últimos dias de Pompeia*.

Por fim, na seleção da melhor fábrica de filmes, os franceses continuavam à frente: Pathé Frères em primeiro lugar, Gaumont em segundo, as italianas Cines e Ambrosio em terceiro e quarto, e a novata Universal em quinto lugar. O prestígio alcançado pelo cinema europeu não seria destronado tão rápida ou facilmente.

Portanto, a segunda metade dos anos 1910 seria marcada não por uma mudança súbita e drástica, mas pela gradual alteração no domínio do mercado cinematográfico no Brasil. Essa modificação também se evidenciaria na preferência do público brasileiro, auxiliada, obviamente, pelo esforço publicitário e promocional desenvolvido pelas distribuidoras de Hollywood e por um processo mais amplo de americanização da sociedade brasileira.

Entretanto, mesmo com a ascensão de figuras como Alberto Rosenthal, que assumiram cargos de direção nas agências distribuidoras americanas, empresários experientes como os Ferrez e Serrador ainda permaneceriam dentre os nomes mais importantes do comércio cinematográfico no país (figuras 29 e 30). Da mesma forma, durante todo o período silencioso, até fins da década de 1920, o mercado cinematográfico brasileiro permaneceria, em grande parte, atrelado às práticas, modelos e padrões de distribuição criados e estabelecidos no período anterior à Primeira Guerra Mundial que buscamos descrever neste livro.

Fotografias, charges e documentos



Figura 1 O botequim no Passeio Público de Arnaldo Gomes de Souza no início do século 20. Fotografia sem crédito, sem data, publicada em *Comoedia*, v. 1, n. 2, jul. 1946, p. 14. Hemeroteca Digital, Biblioteca Nacional.

PHOTOGRAPHIA

Completo e variado sortimento de aparelhos completos, drogas, chapas e papeis sensibilizados, e demais accessorios para profissionaes e amadores.

CINEMATOGRAPHIA

Lanternas, animatographo e grande collecção de vistas e fitas de todos os generos.

—♦—
Catalogos e informações sob pedido

MARC FERREZ

N. 96, RUA DE S. JOSÉ, N. 96

Figura 2 Publicidade de Marc Ferrez, de 1906, com destaque para materiais fotográficos, mas que já anuncia venda de filmes, ainda sem identificação de fabricante. Anúncio publicado em *O commentario*, v. 4, n. 2, jun. 1906, p. 12. Hemeroteca Digital, Biblioteca Nacional.



Figura 3 Postal da Casa Staffa com fotografia de “pivetes cariocas”, tal como o próprio Staffa havia sido no passado. Postal “Costumes - Rio de Janeiro”, sem data, editado pela Casa Staffa. Coleção do autor.



Figuras 4 e 5 O primeiro cinematógrafo Pathé, aberto em 1907 nos imóveis geminados da avenida Central números 147 e 149, com bilheteria e sala de espera no meio e salão de projeções à direita. Quando o cinema Pathé se mudou, o imóvel à esquerda (número 145), do mesmo proprietário, Gustavo José de Mattos, foi incorporado ao cinema Palais, inaugurado por ele em 1914. Fotografias de Marc Ferrez, sem data (c.1907). FF:FMF 6.1.0.7.5. Fundo Família Ferrez, Arquivo Nacional.





UNICOS AGENTES
PARA O BRASIL

MARC FERREZ E FILHOS
96 RUA SAO JOSE
RIO DE JANEIRO

Cinéma Pathé

Rio 22 de *Abril* de 19 08

M^{mo} Senr

Jacomo Rosario Staffa

Avenida Central 179

Figura 6 Novo papel timbrado da Marc Ferrez & Filhos com destaque aos negócios cinematográficos com a Pathé Frères. Carta a Jacomo Rosário Staffa, Rio de Janeiro, 22 abr. 1908. FF:FMF 2.0.1.16.1, Fundo Família Ferrez, Arquivo Nacional.

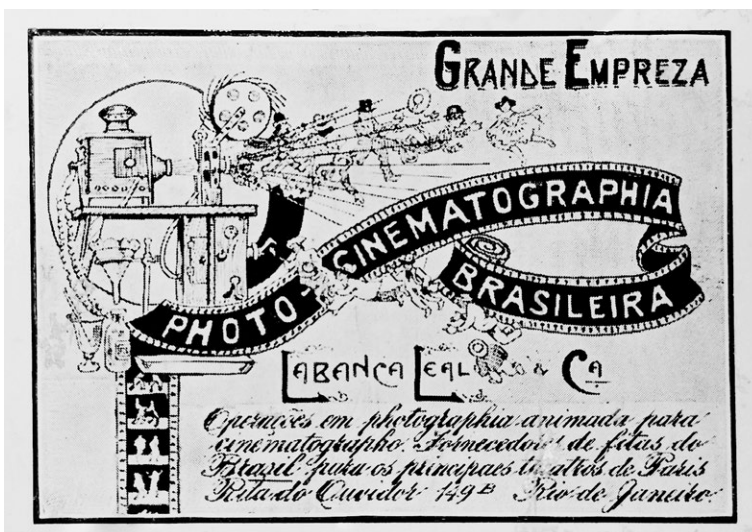


Figura 7 Frente do cartão de apresentação da Photo-Cinematographia Brasileira, sem data (c. 1908). Coleção do autor.

[página ao lado]

Figura 8 Charge de J. Carlos representando os diferentes filmes de uma variada sessão cinematográfica. Charge “Cinema Patheta”, publicada em *Careta*, v. 3, n. 103, 21 maio 1910, p. 15. Hemeroteca Digital, Biblioteca Nacional.

Cinema Pathéta



1ª fita: — "Ascensão ao Hymalaia..



2ª fita: — "De Copenhague ao Pólo Norte.. Film instructivo com o horizonte fóra do logar.



3ª fita: — "O Cardeal Periquito.. Film historico (quero injeccão).



4ª fita: — "Coração de Creança.. Drama compungentissimo e narcotizador.



5ª fita: — "A carta da amante.. Film d'art com epilogo de beijos.



6ª fita: — "Satan.. Interessante magica, acompanhada por bombo e caixa.



7ª fita: — "Inauguração de um boeiro no morro do Pinto.. Fita nacional.



8ª fita: — "Did está apaixonado.. Film desastrado, acompanhado por um cake-walk e pelo ruído de louça quando cahem cadeiras e vice-versa.



9ª fita: — "Uma grisette encantadora.. interessante film interpretado pelo Sr. Max Linder, um frack novo e um par de sapatos de verniz.







[páginas anteriores]

Figura 9 As instalações da distribuidora Marc Ferrez & Filhos e um de seus funcionários no início de suas atividades. Fotografia sem crédito, sem data (c. 1907). FF:JF 2.2.2.1, Fundo Família Ferrez, Arquivo Nacional.



Figura 10 Fotografia de Guiseppe Labanca no verso do cartão de apresentação da Photo-Cinematographia Brasileira, sem data (c. 1908). Coleção do autor.

Figura 11 O retrato de Labanca – ostentando luxuosos anéis de brilhante, relógio de bolso, e alfinete de gravata – guarda clara semelhança com a imagem da capa do romance *Os bicheiros*, 1940. Ilustrador não identificado. Disponível em <<https://www.revistapessoa.com/artigo/1168/os-bicheiros>>. Acesso em 14 jul. 2021.



Figura 12 Ilustração do fictício Coronel Tibúrcio da Anunciação publicada na revista *Careta*, v. 2, n. 34, 23 jan. 1909, p. 8. Hemeroteca Digital, Biblioteca Nacional.



Figura 13 Cartaz de *Paz e amor* com fotografia do personagem de Tibúrcio à esquerda do rei Olin I, isto é, Nilo Peçanha, ao centro da imagem. Cartaz sem data (c. 1910) do acervo da Cinemateca Brasileira. Publicado em Jean-Claude Bernardet, *Historiografia clássica do cinema brasileiro*, São Paulo: Annablume, 1995, p. 101.

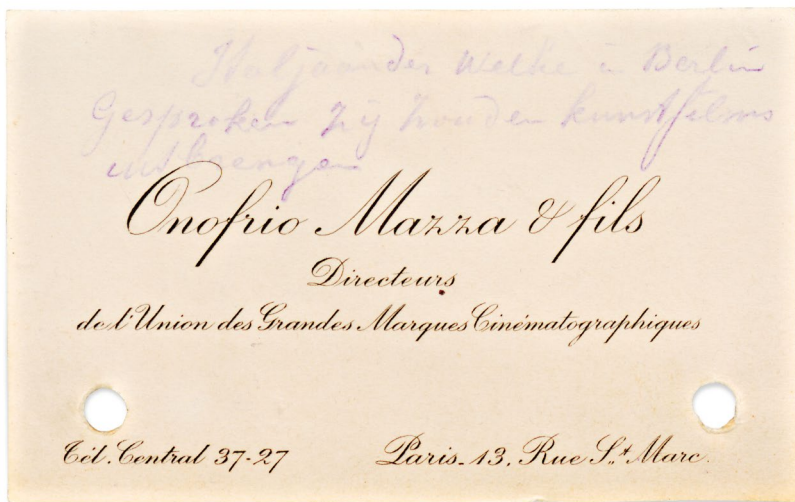


Figura 14 Cartão de visitas do distribuidor Onofrio Mazza. MMFMAO1: PM: 005568, coleção Jean Desmet, Eye Filmmuseum.

[próximas páginas]

Figura 15 O “truste dos cômicos” da Pathé Frères em anúncio do truste da CCB. Anúncio publicado em *Careta*, v. 5, n. 222, 31 ago. 1912, p. 31. Hemeroteca Digital, Biblioteca Nacional.

Figura 16 As principais marcas cinematográficas do mundo em anúncio da CCB, publicado em *Jornal Ilustrado*, n. 13, dez. 1912, p. 5. Hemeroteca Digital, Biblioteca Nacional.

Galeria Artistica da Cinematographia

O TRUST DOS COMICOS

Os melhores raios do sorriso, do riso, da gargalhada monopolizados pelas maiores manufacturas do mundo — Pathé Frères



Mile. Mistinguett



Mr. Max Linder



Mr. Prince



Mr. A. Deed

E só a Companhia Cinematographica Brasileira em seus multiplos estabelecimentos de S. Paulo, Rio, Nictheroy e Minas Geraes pode apresentar as novidades creadas por estes artistas e proporcionar taes assumptos aos seus innumeros freguezes de todo o Brazil.

Pedidos á rua Brigadeiro Tobias 52, S. Paulo — S. José 112, Rio — Instalações completas, venda e alugueis de fitas



Cia Cinematographica Brasileira

SOCIEDADE ANONYMA

Capital realizado Rs. 4.000.000 \$ — Fundo de reserva Rs. 1.080.000 \$
SUCESSORA DAS EMPREZAS "F. SERRADOR" E "IRIS THEATRE"

Séde em S. PAULO, Escritorio Central : Rua Brigadeiro Tobias n. 52

Endereço telegraphico "CINETEATRE". Caixa do Correio 833

— Succursal no RIO DE JANEIRO : Rua S. José, 112 —

Escriitorios em PARIS : Rue Chabrol, 71 e Rue Paradis, 22

AGENCIAS EM

Minas-Geraes, Bahia, Pernambuco, Pará, Manaus, Rio-Grande do Sul, Santa-Catharina, Paraná, Rio-Grande do Norte, Espirito-Santo, Goyaz, Estado do Rio de Janeiro, Maranhão, Sergipe, Alagoas, etc. etc.

A maior e mais importante Empresa Cinematographica da America do Sul.

Cinemas e theatros da Companhia

Em S. PAULO

Bijou Theatre	Theatro Colombo
Bijou Salon	Smart Cinema
Iris Theatre	Chantecler Theatre
Radium	Ideal Cinema
Coliseo dos Campos	Theatro S. Paulo
Elyseos	

RIO DE JANEIRO

Odeon	Avenida	Parque Fluminense
Avenida	Rio Branco	Theatro S. Pedro
Pathé		

SANTOS. — Coliseo Santista. Theatro Guarany
BELLO HORIZONTE. — Cinema Commercio
JUIZ DE FÓRA. — Polytheama
NICTHEROY. — Eden Cinema

Em sociedade com a Empresa Teatral Brasileira :

S. PAULO. — Polytheama. S. José.

RIO DE JANEIRO. — Palace Theatre e em combinação com diversos theatros da America do Sul.

ADMINISTRAÇÃO

Dr. Antonio Candido de Camargo, Conde Asdrubal do Nascimento, Gomedador Antonio Zerrenner, Silverio Ignarra Sobrinho, Francisco Serrador, Antonio Bittencourt Filho, Antonio Gadotti. Gerentes da Succursal do Rio : Julio Ferraz e Luciano Ferraz. — CONSELHO FISCAL. Effectivos : Joaquim Maynert Kehi, Emilio A. Ferreira, Fortunato A. Andrade. Supplementes : Cle. Francisco da Cunha Bueno, Adam von Bulow, Dr. José Angeli.

Unica concessionaria para todo o Brasil de todas as produções das mais importantes fabricas, como sejam :

Pathé Frères e suas marcas, American Kinema, Nizza, Film d'Art Italiana, Russo, Japonex, Arabian, Holandez, Imperium Film, Modern Pictures, Tanhouser, Thalia, Star Film, Clarendon, Comica, Ibrico, Gaumont, Eclair, Cines, Pasquali, Savoia, Milano, Vitagraph, Edison, Lubin, Wild West, Essanay, I. M. P., Cine Jornal Brasil, Pathé Jornal, Gaumont Jornal, Eclair Jornal. Importação directa das que dependem de escolha de melhores assumptos, de Nordisk, Faros, Bioscop, Mutoscopo, Messter, Vitascop, Itala, Ambrosio, Vesuvio e qualquer outra fabrica.

Unica Agencia para todo o BRASIL dos afamados aparelhos cinematographicos

PATHÉ FÈRRES de Paris, aparelhos KOK, para salão. Motores ASTER, DION BOUTON e GREI
Vendas de Cinematographos GAUMONT # Compra mensal de films novidades

DUZENTOS MIL METROS

Novidades exhibidas diariamente : Em São Paulo, 10 ; no Rio de Janeiro. 10



14, 16 Via Principe Umberto MILANO



COMMISSION - EXPORTATION
PARIS - NEW-YORK - NAPLES

ONOFRIO MAZZA & Fils

13, Rue Saint-Marc, 13



Adresse télégraphique : **ONOMAZ**


M COMPANHIA CINEMATOGRAFICA BRAZILERA

112 Rua de San José RIO DE JANEIRO *Doit*

les marchandises ci-dessous expédiées à ses risques et périls le

par _____ port _____ commande _____

Paris, le 19 Aout 1912 191

3	Films ASTA NIELSEN LA DANSE DE LA MORTE à 1054 m. - Mètres 3102 à	2 25	6970 50
30	Affiches N° 1	3 50	105 00
30	Affiches N° 2	1 25	37 50
2	Series de photos	7 50	15 00
			7137 00
Commission du 5%			356 85
			7493 85
(S. E. o. o.) <i>g 12/9191</i>			
Marchandise expédié par le bateau ARLANZA le 24 Aout 1912			
<i>Paris 26. Sep. 1912</i> 			

COMPAGNIE GÉNÉRALE DU CINÉMATOGRAPHE

Scouts Incrimine Capital 100.000 de Francs

L. AUBERT

SIÈGE SOCIAL : 19, RUE RICHER, PARIS

Succursales :
LILLE
MARSEILLE
BRUXELLES
LE CAIRE
LYON

Correspondants :
RIO DE JANEIRO
BUENOS AIRES



ACHAT, VENTE
LOCATION

DIRECTE

DE TOUS LES FILMS CINÉMATOGRAPHIQUES

DES MEILLEURS ÉDITEURS
DU MONDE ENTIER

Tout ce qui concerne le Cinématographe

Concessionnaire pour la France et l'Étranger

DE LA SOCIÉTÉ "CINES"
CAPITAL: 4.800.000 FRANCS

DE LA "NORDISK FILMS" C^o

DE LA "CELIO FILMS" C^o

DE LA "HEPWORTH MANUFACTURING" C^o

et des Marques Américaines

SOLAX

REX

MELIÉS

&^o &^o

Monsieur,

TÉLÉPHONE 303-91

TÉLÉGRAMMES: AUBERFILM - PARIS

Paris le 24 Mai 1913

H

Monsieur DESMET

69, Nieuwendickj

AMSTERDAM

[página ao lado]

Figura 17 Recibo da compra das cópias de *A dança da morte* pela CCB, anexado ao processo judicial movido contra Staffa. Processo 2098, Companhia Cinematográfica Brasileira versus Jácomo Rosário Staffa, 26 set. 1912, p. 7. Setor de Arquivo do Núcleo de Gestão Documental e Biblioteca do Tribunal Regional Federal da 2ª Região.

Figura 18 A partir de 1913, o papel timbrado da empresa de Louis Aubert, descrita como "concessionário para a França e o exterior" da Nordisk, passou a indicar um "correspondente" no Rio de Janeiro: tratava-se de Staffa. Carta de Louis Aubert a Jean Desmet, Paris, 24 maio 1913, MMFMA01: PM: 025088, coleção Jean Desmet, Eye Filmmuseum.



Figura 19 Charge “A vida carioca”, de J. Carlos, publicada em *Careta*, v. 6, n. 264, 21 jun. 1913, p. 24. Hemeroteca Digital, Biblioteca Nacional.

Na sala do cinema



TUTÚ — O' mamã!... Hoje tem *Bigodinho* ?

MAMÃE — Não sei, meu filho. Mas não falles alto. Esse moço pode pensar que estás fallando d'elle.

Figura 20 Charge “Na sala do cinema”, de J. Carlos, publicada em *Careta*, v. 8, n. 363, jun. 1915, p. 24. Hemeroteca Digital, Biblioteca Nacional.

No cinema



ELLE — O diabo são os annos que me damnificam ! Mas ha por ahi institutos de belleza e, com *fér e esperança*, arranja-se a cara e a idade.

Figura 21 Charge “No cinema”, de J. Carlos, publicada em *Careta*, v. 8, n. 359, 8 maio 1915, p. 11. Hemeroteca Digital, Biblioteca Nacional.

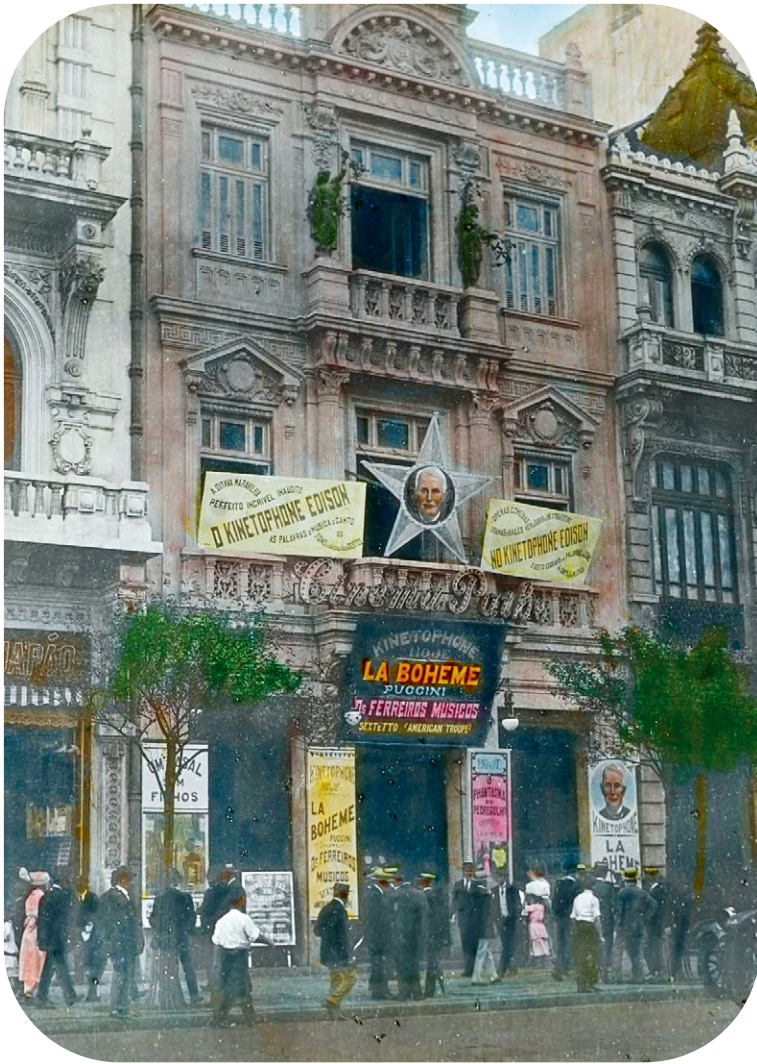


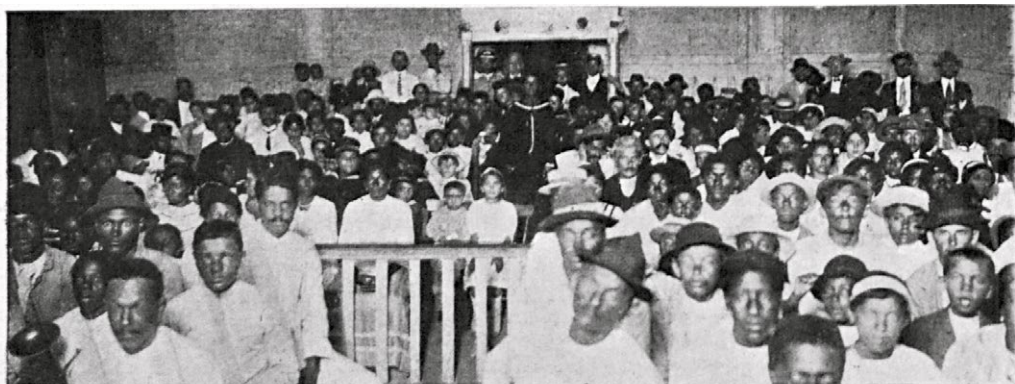
Figura 22 Fachada do segundo cinema Pathé, na avenida Rio Branco, 116, na ocasião da estreia do Kinetophone Edison no Brasil. Fotografia em placa de vidro para lanterna mágica, Rio de Janeiro, 1914, coleção fotográfica de Harry Alverson Franck, © 2019 Regents of the University of Michigan.



Figura 23 Publicidade do Kinetophone com bonecos de Olinda. O operador Wayne Tuthill é o primeiro à esquerda e Carlos Oliva é o terceiro, atrás do tocador de bumbo. Fotografia em placa de vidro para lanterna mágica, Olinda (PE), 1915, coleção fotográfica de Harry Alverson Franck, © 2019 Regents of the University of Michigan.



Figura 24 Fachada do Roma Theatre, cinema no bairro da Barra Funda, em São Paulo, especialmente decorada para a exibição do Kinetophone, em 1914. Fotografia, São Paulo (SP), 1914. Series 8, box 11, folder 8, coleção de Harry Alverson Franck, Special Collections Research Center, University of Michigan.



O interior de um cinema em Pirapóra. Não tem o conforto e o luxo dos nossos aqui, na Avenida. Mas, como se vê pela concorrência, muito bem se dá com e le a população pirapórensê.

Figura 25 Plateia de cinema em Pirapora (MG), publicada em *O Malho*, v. 12, n. 560, 7 jun. 1913, p. 46. Hemeroteca Digital, Biblioteca Nacional.



Figura 26 Meninos baianos pagos para promover o Kinetophone em fotografia tirada em frente à Intendência Municipal. Fotografia em placa de vidro para lanterna mágica, São Félix (BA), 1915, coleção fotográfica de Harry Alverson Franck. © 2019 Regents of the University of Michigan.



Figura 27 Pedintes nas ruas de Salvador diante de cartazes com anúncios do Kinetophone de Edison. Fotografia, Salvador (BA), 1915. Series 8, box 11, folder 9, coleção de Harry Alverson Franck, Special Collections Research Center, University of Michigan.



Figura 28 Ilustração que acompanhava anúncio do cinema Palais, sala de exibição que não tinha, então, nenhuma mulher como funcionária. Anúncio publicado em *Correio da Manhã*, 25 out. 1914, p. 12. Hemeroteca Digital, Biblioteca Nacional.





Figuras 29 e 30 O então diretor da Fox, Alberto Rosenvald (o sétimo a partir da esq.), com familiares e colegas do meio cinematográfico no Rio de Janeiro, em retorno de viagem aos Estados Unidos. No detalhe, Luciano Ferrez (primeiro à esq.), Marc Ferrez (terceiro), Julio Ferrez (quarto) e Francisco Serrador (à dir.).

Sócios na CCB a partir de 1912, três anos depois os Ferrez romperam com Serrador, numa ruidosa separação. Tornaram-se concorrentes, mas aliados e parceiros comerciais em muitas ocasiões. Fotografia sem crédito, 1 ago. 1920. FF:JF 2.0.5.8. Fundo Família Ferrez, Arquivo Nacional.

Lista de abreviações

AGC	Agência Geral Cinematográfica
AN	Arquivo Nacional
CBC	Companhia Brasil Cinematográfica
CCB	Companhia Cinematográfica Brasileira
CIC	Companhia Internacional Cinematográfica
ECI	Empresa Cinematográfica Internacional
FF	Família Ferrez
FMF	Firma Marc Ferrez
GF	Gilberto Ferrez
JF	Julio Ferrez
LF	Luciano Ferrez
MF&F	Marc Ferrez & Filhos
MF	Marc Ferrez
SETARQ/NUGEBI/TRF2	Setor de Arquivo do Núcleo de Gestão Documental e Biblioteca do Tribunal Regional Federal da 2ª Região

Referências bibliográficas

- “A fábrica Cines”, em *Correio da Manhã*, 19 jan. 1908, p. 6.
- “A grande companhia e os seus planos: a 'Gazeta' entrevista os diretores da companhia”, em *Gazeta de Notícias*, 14 maio 1912, p. 2.
- “A grande fábrica Cines: representação na América”, em *Jornal do Brasil*, 12 jan. 1908, p. 4.
- “A greve dos músicos”, em *Correio Paulistano*, 2 abr. 1913, p. 3.
- “A guerra dos cinematographos: Os films da Nordisk por quem podem ser exibidos: o cinematographo Parisiense”, em *A Imprensa*, 14 dez. 1912, p. 1.
- “A guerra e os cinemas!”, em *A Rua*, 18 ago. 1914, p. 2.
- “A guerra não prejudicará as fitas”, em *Diário de Pernambuco*, 29 ago. 1914, p. 3.
- “A história de Forroboodó”, em *Revista de Teatro SBAT*, n. 322, jul.-ago. 1961.
- A. A. (pseud. Artur Azevedo), “Palestra”, em *O Paiz*, 4 mar. 1907, p. 1.
- , “Cinematographos”, em *O Século*, 24 out. 1907, p. 1.
- A.B. SURDO, “Cavaquinhos”, em *Rio Nu*, 4 set. 1909, p. 2.
- A.C.F., “Chronica da Quinzena”, em *Vida de Minas*, n. 2, ago. 1915, p. 5.
- ABEL, Richard, *Americanizing the Movies and “Movie-Mad” Audiences: 1910–1914*, Berkeley: University of California Press, 2006.
- , “Early Film Programs: An Overture, Five Acts, and an Interlude”, em Gaudreault, André e outros (orgs.), *A Companion to Early Cinema*, Malden: Wiley-Blackwell, 2012.
- , *The Ciné Goes to Town: French Cinema 1896–1914*, 2 ed., Berkeley e Los Angeles: University of California Press, 1998.
- , *The Red Rooster Scare: Making Cinema American, 1900–1910*, Berkeley: University of California Press, 1999.
- e LOIPERDINGER, Martin, “Raleigh & Robert”, em Abel, Richard (org.), *Encyclopedia of Early Cinema*, Londres e Nova York: Routledge, 2005.

- ABREU, Brício de, “A viúva alegre”, em *O cruzeiro*, 3 ago. 1957.
- ABREU, Marcelo de Paiva, “Os *funding loans* brasileiros – 1898–1931”, em *Pesquisa e Planejamento Econômico*, v. 32, n. 3, dez. 2002.
- ABREU, Martha, *Da senzala ao palco: canções escravas e racismo nas Américas, 1870–1930*, Campinas: Editora Unicamp, 2017. E-book.
- “Agrava-se a crise do cinema”, em *A Noite*, 3 jun. 1915, p. 2.
- ALMEIDA, Raul, “À Empresa Cinematográfica Staffa”, em *A Noite*, 28 out. 1914, p. 4.
- ALTMAN, Rick, *Silent Film Sound*, Nova York: Columbia University Press, 2004.
- ALVAREZ, Max, “The Origins of the Film Exchange”, em *Film History*, v. 17, n. 4, 2005.
- ALVES NETO, José, “Galeria dos tenentes: Fernando Xavier Rabello”, em *O Imparcial*, 2 out. 1921.
- AMADO, Gilberto, *Mocidade no Rio e primeira viagem à Europa*, Rio de Janeiro: Livraria José Olympio, 1956.
- ANDRADE NETO, Gustavo Pires de, “Vital Ramos de Castro”, *Cinemateca do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro*, 2019. Disponível em <<https://www.mam.rio/cinemateca/dia-mundial-da-preservacao-audiovisual/>>. Acesso em 10 jan. 2021.
- ANDRADE, Luiz Alexandre Miranda de, *Haverá espetáculo mesmo que chova: espetáculo cinematográfico em Belém do Pará: 1900–1910* (monografia), UFPA, 2011.
- ARAÚJO, Luciana Corrêa de, “As orquestras femininas nas salas de cinema cariocas na década de 1910”, em 3. *Jornada de Estudos em História do Cinema Brasileiro*, São Carlos, 2019, não publicado.
- , *Aspectos do cinema em Recife nos anos 1920*, São Paulo: FAPESP, 2005, não publicado.
- ARAÚJO, Rosa Maria Barboza de, *A vocação do prazer: a cidade e a família no Rio de Janeiro Republicano*, Rio de Janeiro: Rocco, 1995.
- ARAÚJO, Vicente de Paula, *A bela época do cinema brasileiro*, São Paulo: Perspectiva, 1976.
- , *Salões, circos e cinemas de São Paulo*, São Paulo: Perspectiva, 1981.
- “As [sic] ‘Films’ de Nordisk”, em *A Província*, 1º jan. 1913, p. 5.
- AZEVEDO, Veruschka de Sales, *Cinema e sociabilidade nas cidades do café: Franca e Ribeirão Preto (1890–1930)* (tese), PUC-SP, 2015.
- BARBOSA, Francisco de Assis, *A vida de Lima Barreto*, 11 ed., Belo Horizonte: Autêntica, 2017.
- BARBOSA, Orestes, *Bambambã!*, 2 ed., Rio de Janeiro: Secretaria Municipal de Cultura, 1993.
- BARNETT, David. B., “South America and the Kinematograph: Impressions of the Trade and its Future”, em *The Kinematograph & Lantern Weekly*, 20 jun. 1912, pp. 530–531.

- BARRETO, Lima, “Casa de poetas”, em *A Estação Theatral*, n. 28, 27 mar. 1911, p. 2.
- , “Enquete com a nossa moderna geração literária sobre o teatro”, em *A Estação Theatral*, n. 6, 6 ago. 1910, p. 1.
- , “O theatro nacional: males, preconceitos e remédios”, em *O Theatro*, v. 1, n. 2, 4 maio 1911, pp. 12-13.
- , *Recordações do escrивão Isaías Caminha*, 1 ed., Lisboa: A. M. Teixeira & Cia, 1909.
- , *Recordações do escrивão Isaías Caminha*, 2 ed., Rio de Janeiro: A. de Azevedo & Costa, 1917.
- , *Triste fim de Polycarpo Quaresma*, 1 ed, Rio de Janeiro: Typ. Revista dos Tribunaes, 1915.
- , “Uma cousa puxa a outra”, em *A Estação Theatral*, n. 41, 8 abr. 1911, p. 1.
- BARRO, Máximo, *Participação italiana no cinema brasileiro*, São Paulo: SESI, 2017.
- BARROS, Luiz de, *Minhas memórias de cineasta*, Rio de Janeiro: Artenova e Embrafilme, 1978.
- BARROS, Mariana Gonçalves Monteiro de, *Marc Ferrez e o Rio de Janeiro de seu tempo* (tese), PUC-RJ, 2008.
- BASILE, Lucila Pereira da Silva, *O piano na praça: “música ligeira” e práticas musicais no Ceará (1900–1930)* (tese), UFMG, 2015.
- BERGER, Paulo, *O Rio de ontem no cartão postal: 1900–1930*, Rio de Janeiro: Rioarte, 1983.
- BERNARDET, Jean-Claude, *Cinema brasileiro: propostas para uma história*, São Paulo: Paz & Terra, 1979.
- , *Historiografia clássica do cinema brasileiro*, São Paulo: Annablume, 1995.
- BESSA, Virginia de Almeida, “Um bocadinho de cada coisa”: trajetória e obra de Pixinguinha. *História e música popular no Brasil dos anos 20 e 30* (dissertação), USP, 2005.
- BLOM, Ivo, *Jean Desmet and the Early Dutch Film Trade*, Amsterdã: Amsterdam University Press, 2003.
- , “Distribution: Europe”, em Abel, Richard (org.), *Encyclopedia of Early Cinema*, Londres e Nova York: Routledge, 2005.
- , “Italy”, em Abel, Richard (org.), *Encyclopedia of Early Cinema*, Londres e Nova York: Routledge, 2005.
- BOCCANERA JUNIOR, Sílio, *Os cinemas da Bahia: 1897–1918*, 2 ed., Salvador: Edufba, 2007.
- BOUILLET, Rodrigo Fagundes, “‘Ida ao cinema’ da população negra brasileira na primeira metade do século XX”, em *Revista da ABPN*, v. 12, n. 33, ago. 2020.
- BOWSER, Eileen, *The Transformation of Cinema, 1907–1915*, Nova York: Charles Scribner’s Sons, 1990.

- BRAÑAS, Manuel Martin, “Silvino Santos: arte y propaganda en la época del caucho”, em Chirif, Alberto e outros (orgs.), *Álbum de Fotografías: Viaje de la Comisión Consular al río Putumayo y afluentes – agosto a octubre de 1912*, Lima: Programa de Cooperación Hispano Peruano e Centro Amazónico de Antropología y Aplicación Práctica, 2013. Disponível em <https://issuu.com/jorgeluischavez/docs/album_de_fotografias_viaje_comision>. Acesso em 22 mar. 2021.
- BREWSTER, Ben, “Periodization of Early Cinema”, em Keil, Charlie e Stamp, Shelley (orgs.), *American Cinema’s Transitional Era: Audiences, Institutions, Practices*, Berkeley: University of California Press, 2004.
- BRITO, Rubens José Souza, “O teatro cômico e musicado: operetas, mágicas, revistas de ano e burletas”, em Faria, José Roberto (org.), *História do teatro brasileiro, volume 1: das origens ao teatro profissional da primeira metade do século xx*, São Paulo: Perspectiva e Edições Sesc SP, 2012.
- BRUNETTA, Gian Piero, “No Place Like Rome: The Early Years of Italian Cinema”, em *Artforum*, v. 28, n. 10, 1990.
- BUTCHER, Pedro, *Hollywood e o mercado de cinema brasileiro: princípio(s) de uma hegemonia* (tese), UFF, 2019.
- BUTKUS, Clarice M., “Annette Kellerman”, em Gaines, Jane e outras (orgs.), *Women Film Pioneers Project*, Nova York: Columbia University Libraries, 2013. Disponível em <<https://wfpp.columbia.edu/essay/cutting-women>>. Acesso em 12 mar. 2021.
- CAPELLARO, Jorge J. V. e FERREIRA, Paulo Roberto, *Verdades sobre o início do cinema no Brasil*, Rio de Janeiro: Funarte, 1996.
- CARVALHO, Bruno, *Cidade porosa: dois séculos de história cultural do Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: Objetiva, 2019.
- CARVALHO, Danielle Crepaldi, *Luz e sombra no écran: realidade, cinema e rua nas crônicas cariocas de 1894 a 1922* (tese), Unicamp, 2014.
- CAVALCANTE, Eugenio Currivo, *Os bicheiros*, Rio de Janeiro: A noite, 1940.
- CERON, Ileana Pradilla, *Marc Ferrez: uma cronologia da vida e obra*, São Paulo: Instituto Moreira Salles, 2019.
- CHIARADIA, Filomena, *A companhia do Teatro São José: a menina-dos-olhos de Paschoal Segreto*, São Paulo: Hucitec, 2012.
- “Cinema Parisiense: ao público”, em *Jornal do Commercio*, 27 set. 1912, p. 11.
- “Cinema Pathé – o caso da manutenção”, em *O Paiz*, 10 set. 1913, p. 5.
- “Cinematography in South America”, em *The Bioscope*, 16 mar. 1911, p. 45.

- “Classe Minas Gerais”, em *Wikipedia, a enciclopédia livre*. Flórida: Wikimedia Foundation, 2021. Disponível em <https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Classe_Minas_Geraes&oldid=61169576>. Acesso em 17 maio 2021.
- COMPANHIA CINEMATOGRAFICA BRASILEIRA, *Relatorio da directoria para ser apresentado em Assembleia Geral a realizar-se em 11 de agosto de 1912*, São Paulo: Empresa Gráfica Moderna, 1912.
- , *Relatorio da directoria para ser apresentado em Assembléa Geral a realizar-se em 29 de setembro de 1914*, São Paulo: Typo. Cardozo, Filho & Comp., 1914.
- “Comunicati e proteste”, em *La Vita Cinematografica*, v. 5, n. 44-45, 30 nov.-7 dez. 1914, p. 115.
- CONDÉ, William Nunes, *Marc Ferrez & Filhos: comércio, distribuição e exibição nos primórdios do cinema brasileiro (1905-1912)* (dissertação), UFRJ, 2012.
- CORRÊA, Felipe Botelho, “Introdução”, em Barreto, Lima, *Sátiras e outras subversões*, São Paulo: Penguin: Companhia das Letras, 2016.
- COSTA JÚNIOR, Martinho Alves da, “O Brasil na exposição Internacional de Bruxelas, 1910”, em *19&20*, v. 12, n. 1, jan.-jun. 2017. Disponível em <http://www.dezenovevinte.net/arte%20decorativa/macj_bruelas.htm>. Acesso em 13 jul. 2021.
- COSTA, Fernando Morais da, *O som no cinema brasileiro*, Rio de Janeiro: 7letras, 2008.
- COSTA, Flávia Cesarino, “Primeiro Cinema”, em Mascarello, Fernando (org.), *História do cinema mundial*, São Paulo: Papyrus, 2006.
- COSTA, Selda Vale da Costa e COSTA, Antonio José da, “O cinema Amazônia & a Amazônia no cinema”, em *Centro de Pesquisadores do Cinema Brasileiro*. Disponível em <<http://www.cpcb.org.br/artigos/o-cinema-na-amazonia-a-amazonia-no-cinema/>>. Acesso em 20 jan. 2021.
- CRAFTON, Donald, *The Talkies: American Cinema's Transition to Sound, 1926-1931*, Berkeley e Los Angeles: University of California Press, 1999.
- DE LOS RIOS FILHO, Adolfo Morales, “O Rio de Janeiro da Primeira República (1889-1930)”, em *Revista do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro*, v. 272, out.-dez. 1966.
- DI GIACOMO, Carolina Azevedo, *Espectadores em trânsito: identificação, imersão e distinção no Rio de Janeiro do início do século XX* (dissertação), USP, 2019.
- DIAS, Luiz Sérgio, *Quem tem medo da Capoeira?*, Rio de Janeiro: AGCRJ, 2001.
- DIDIER, Carlos, *Orestes Barbosa: repórter, cronista e poeta*, Rio de Janeiro: Agir, 2005.
- “Dos tempos de Bertini à geração de Greta Garbo”, em *Cinearte*, v. 9, n. 402, 1 nov. 1934, p. 27.
- DUNLOP, C. J., “Chopp berrante do Passeio Público”, em *Revista G.E.*, n. 13, out.-dez., 1956.
- , “Rio Antigo”, em *Singra: suplemento intergráfico*, v. 7, n. 111, 1954.

- EDMUNDO, Luiz, *O Rio de Janeiro do meu tempo*, Brasília: Senado Federal, 2003. E-book.
- EFEFÊ, Jota, “Na Rua do Ouvidor, Brasil viu cinema pela primeira vez”, em *O Globo*, 27 ago. 1973, p. 9.
- ELSAESSER, Thomas (org.), *Early Cinema: Space, Frame, Narrative*. Londres: BFI, 1990.
- ENTICKNAP, Leo, *Moving Image Technology: From Zoetrope to Digital*, Londres e Nova York: Wallflower Press, 2005.
- FAUSTO, Boris (dir.), *A História Geral da Civilização Brasileira: o Brasil Republicano*, Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, v. 3, 2006.
- FERRAZ, Rosane Carmanini, “A chegada do cinema em Juiz de Fora: uma nova opção de entretenimento no centro cultural de Minas Gerais”, em Brum, Alessandra e outros (orgs.), *Cinema em Juiz de Fora*, Juiz de Fora: Editora UFJF, 2017.
- FERREIRA, Adriano de Assis, *Teatro Trianon: forças da ordem x forças da desordem* (dissertação), USP, 2004.
- FERREZ, Gilberto, “Pathé: 80 anos na vida do Rio”, em *Filme Cultura*, n. 47, ago. 1986.
- , “Ligeira biografia de Marc Ferrez (o fotógrafo)”, sem data, não publicado.
- FERREZ, Julio, Cinema “Falado”, sem data, não publicado.
- , “Escrito por papae”, sem data, não publicado.
- FERREZ, Marc, *Machinas e acessórios para photographia, productos chimicos etc*, Rio de Janeiro: Typographia L'Étoile du Sud, 1905.
- “Film news from Foreign Parts”, em *Motion Picture News*, 19 set. 1914, p. 37.
- FLUECKIGER, Barbara, *Timeline of Historical Film Colors*, 2012. Disponível em <<https://filmcolors.org>>. Acesso em 29 set. 2021.
- “Foi um dos pioneiros do cinema no Brasil”, *O Globo*, 15 mar. 1941, p. 5.
- FONSECA, Raimundo Nonato da Silva, *Fazendo fita: cinematógrafo, cotidiano e imaginário em Salvador, 1897-1930*, Salvador: Edufba e Centro de Estudos Baianos, 2002.
- FRANCK, Harry A., “South American Odyssey”, em *Bulletin of the Pan American Union*, v. 42, n. 1, jan. 1916, pp. 237-250.
- , *Working North from Patagonia: Being the Narrative of a Journey Earned on the Way, Through Southern and Eastern South America*, Nova York: The Century, 1921.
- FREIRE, Maria Martha de Luna, *Mulheres, mães e médicos: discurso maternalista no Brasil (1915-1951)*, Rio de Janeiro: FGV, 2009.
- FREIRE, Rafael de Luna, *Carnaval, mistério e gangsters: o filme policial no Brasil* (tese), UFF, 2011.
- , *Cinematographo em Nictheroy: história das salas de cinema de Niterói*, Niterói: Niterói Livros, 2012.

- _____, “Companhia Cinematográfica Brasileira e a Marc Ferrez & Filhos: discutindo a relação entre Francisco Serrador e a família Ferrez (1912–1915)”, em *Vivomatografias*, v. 6, n. 6, dez. 2020.
- _____, “O cinema no Rio de Janeiro (1914–1929)”, em Ramos, Fernão Pessoa e Schvarzman, Sheila (org.), *Nova história do cinema brasileiro*, São Paulo: Edições Sesc SP, v. 1, 2018.
- GARCÍA-CRESPO, Naida, *Stateless Nation Building: Early Puerto Rican Cinema and Identity Formation (1897–1940)* (tese), University of Illinois, 2015.
- GIANETTO, Claudia e BERTELLINI, Giorgio, “The Giant Ambrosio, or Italy’s Most Prolific Silent Film Company”, em *Film History*, v. 12, n. 3, 2000.
- GOMES, Paulo Emílio Sales, *Humberto Mauro, Cataguases, Cinearte*, São Paulo: Perspectiva, 1974.
- _____, *Cinema: trajetória no subdesenvolvimento*, 2 ed., São Paulo: Paz e Terra, 1996.
- _____ e GONZAGA, Adhemar, *70 anos de cinema brasileiro*, Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1966.
- GONZAGA, Alice, *Palácios e poeiras: 100 anos de cinema no Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: Record, 1996.
- “Grandes figuras da cinematographia”, em *Palcos e Telas*, v. 3, n. 107, 8 abr. 1920, s.p.
- GUANABARINO, Oscar, “Espetáculos: Films d’art”, em *O Paiz*, 10 jan. 1909, p. 3.
- GUNNING, Tom, “Detective films”, em Abel, Richard (org.), *Encyclopedia of Early Cinema*, Londres e Nova York: Routledge, 2005.
- _____, *D.W. Griffith and the Origins of American Narrative Film: The Early Years at Biograph*, Urbana: University of Illinois Press, 1994.
- HANSEN, F. Andrew, “The Block Booking of Films Re-Examined”, em Sedgwick, John e Pokorny, Michael (orgs.), *An Economic History of Film*, Nova York: Routledge, 2005.
- HATCH, Kristen, “Cutting Women: Margaret Booth and Hollywood’s Pioneering Female Film Editors”, em Gaines, Jane e outras (orgs.), *Women Film Pioneers Project*, Nova York: Columbia University Libraries, 2013. Disponível em <<https://wfpp.columbia.edu/essay/cutting-women>>. Acesso em 12 mar. 2021.
- “Important case under the Copyright Act.”, em *The Kinematograph and Lantern Weekly*, 4 dez. 1913, p. 89.
- JACOB, Leon, “Resposta ao artigo Os cinemas do Recife: Logro e má fé”, em *Jornal do Recife*, 16 jan. 1913, p. 4.
- JOHNSON, Randal, *The Film Industry in Brazil: Culture and the State*, Pittsburgh: University of Pittsburgh Press, 1987.

- JOSÉ, Fernando, *Cale a boca, Jornalista! O ódio e a fúria dos mandões contra a imprensa brasileira*, 7 ed., São Paulo: Novo Século, 2020. E-book.
- "Jottings from abroad", em *The Kinematograph and Lantern Weekly*, 9 out. 1913, p. 2533.
- KERMABON, Jacques (org.), *Pathé: Premier Empire du Cinéma*, Paris: Centre George Pompidou, 1994.
- KLENOTIC, Jeffrey, "'The Sensational Acme of Realism': 'Talker' Pictures as Early Cinema Sound Practice", em Abel, Richard e Altman, Rick (orgs.), em *The Sounds of Early Cinema*, Bloomington: Indiana University Press, 2001.
- LAPERA, Pedro Vinicius Asterito, "A encenação da discórdia: consumo cinematográfico e a formação de uma cultura de classe média na Belle Époque carioca", em *Tempo*, v. 24, n. 1, jan.-abr. 2018.
- "Le malignità dei Cinematografisti all'Estereo: A proposito del caso 'Staffa'", em *La Vita Cinematografica*, v. 6, n. 7, 22 fev. 1915, pp. 42-43.
- LEAL, A., "Os estranguladores do Rio", em *Gazeta de Notícias*, 10 jul. 1908, p. 4.
- , "As grandes indústrias: 'films'", em *Gazeta de Notícias*, 19 dez. 1915, p. 2.
- , *Manuscrito sem título*, (c. 194-), sem data, não publicado.
- LEFEBVRE, Thierry e MANNONI, Laurent, "Annuaire du commerce et de l'industrie cinématographiques (France-1913)", em *1895: Revue d'histoire du cinéma*, número especial, 1993.
- LEITE, Ary Bezerra, *Fortaleza e a era do cinema: pesquisa histórica (1891-1931)*, Fortaleza: Secretaria da Cultura e Desporto do Estado do Ceará, 1995.
- , *Memória do cinema: os ambulantes no Brasil (cinema itinerante no Brasil, 1895-1914)*, Fortaleza: Premius, 2011.
- LIMA, Pedro, "Reminiscência para a história do cinema brasileiro", em *O Jornal*, 12 maio 1946, p. 8.
- LOIPERDINGER, Martin, "'Die Duse der Kino-Kunst': Asta Nielsen's Berlin Made Brand", em Jung, Uli e Loiperdinger, Martin (orgs.), *Importing Asta Nielsen: The International Film Star in the Making 1910-1914*, New Barnet: John Libbey, 2013. (KINTOP Studies in Early Cinema, v. 2).
- LOPES, Antonio Herculano, "Um forrobodó da raça e da cultura", em *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 21, n. 62, out. 2006.
- , "Vem cá, mulata!", em *Tempo*, v. 13, n. 26, jan. 2009.
- LOPES, Nei e SIMAS, Luiz Antonio, *Dicionário da história social do samba*, Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015. E-book.
- LÓPEZ, Ana, "Brazil", em Abel, Richard (org.), *Encyclopedia of Early Cinema*, Londres e Nova York: Routledge, 2005.

- MAGALHÃES JÚNIOR, Raimundo, *O fabuloso Patrocínio Filho*, 2 ed., São Paulo: Lisa, 1971.
- MAGALHÃES, Felipe Santos, *Ganhou leva... do vale o impresso ao vale escrito: uma história social do jogo do bicho no Rio de Janeiro (1890-1960)* (tese), UFRJ, 2005.
- MALUF, Marina e MOTT, Maria Lúcia, “Recônditos do mundo feminino”, em Sevcenko, Nicolau (org.), *História da vida privada no Brasil*, São Paulo: Companhia das Letras, v. 3, 1998.
- MANNONI, Laurent, “Phonoscènes”, em Abel, Richard (org.), *Encyclopedia of Early Cinema*, Londres e Nova York: Routledge, 2005.
- MARTINS, William de Souza Nunes, *Paschoal Segreto: “Ministro das Diversões” do Rio de Janeiro (1883-1920)* (dissertação), UFRJ, 2004.
- MATOS, Marcos Fábio Belo, “De Paris a São Luís: o percurso do cinema”, em *Anais do 1º Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho*, Rio de Janeiro, 2003. Disponível em <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/10-encontro-2003-1>>. Acesso em 20 jan. 2021.
- MATTOS, Gustavo José de, “Eu e a Companhia Cinematográfica Brasileira”, em *Jornal do Commercio*, 1 fev. 1913, p. 2.
- MCKERNAN, Luke, “Newsreels”, em Abel, Richard (org.), *Encyclopedia of Early Cinema*, Londres e Nova York: Routledge, 2005.
- MELO, Hildete Pereira de e outros, “Raça e nacionalidade no mercado de trabalho carioca na Primeira República: o caso da cervejaria Brahma”, em *Revista Brasileira de Economia*, v. 57, n. 3, 2003.
- MELO, Luís Alberto Rocha, “Que ‘cavação’ é essa?”, em Souza, Carlos Roberto de (org.), *V Jornada Brasileira de Cinema Silencioso*, São Paulo: Cinemateca Brasileira, 2011.
- MEUSY, Jean-Jacques, *Paris-Palace ou le temps du cinéma (1894-1918)*, Paris: CNRS Éditions, 2002.
- _____, “Etablissements L. Aubert”, em Abel, Richard (org.), *Encyclopedia of Early Cinema*. Londres e Nova York: Routledge, 2005.
- _____, *Écrans Français de l’Entre-deux-guerres: L’Apogée de ‘l’Art Muet’*, Paris: AFRHC, 2017.
- MONTE, Rafael, “Os bicheiros”, em *Revista Pessoa*, 11 fev. 2014. Disponível em <<https://www.revistapessoa.com/artigo/1168/os-bicheiros>>. Acesso em 30 jul. 2021.
- MORAES, Julio Lucchesi, “O magnata de Valência: capitalistas, bicheiros e comerciantes do primeiro cinema no Brasil (1904-1921)”, em *Revista Movimento*, n. 1, jun. 2012.
- _____, “Notas para uma história econômica do cinema brasileiro: o caso da firma Marc Ferrez & Filhos (1907-1917)”, em *Revista da Cinemateca Brasileira*, n. 2, jul. 2013.

- MORETTIN, Eduardo Victorio, “As exposições universais e o cinema: história e cultura”, em *Revista Brasileira de História*, v. 31, 2011.
- , “Dimensões históricas do documentário brasileiro do período silencioso”, em Napolitano, Marcos e outros (org.), *História e documentário*, Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.
- MOURA, Arlindo da Silva, “Os cinemas no Recife: logro e má fé”, em *Jornal do Recife*, 15 jan. 1913, p. 4.
- , “Os cinemas no Recife: logro e má-fé”, em *Jornal do Recife*, 17 jan. 1913, p. 2.
- MOURA, Roberto, “A bela época (Primórdios-1912)”, em Ramos, Fernão (org.), *História do cinema brasileiro*, São Paulo: Círculo do Livro, 1987.
- MÜLLER, Adalberto, “João do Rio e O cinematographo: primeira modernidade literária e primeiro cinema”, *Araraquara*, n. 36, jan.-jun., 2013.
- MUSSER, Charles, “The Early Cinema of Edwin S. Porter”, em *Cinema Journal*, v. 19, n. 1, out. 1979.
- , *The Emergence of Cinema: The American Screen to 1907*, Nova York: Charles Scribner’s Sons, 1990.
- NASCIMENTO, Rafael, “Catete em ré menor: tensões da música na Primeira República”, em *Revista do Instituto de Estudos Brasileiros*, n. 67, ago. 2017.
- NAVITSKI, Rielle, “Asta Nielsen as Import Commodity: International Stardom and Local Film Distribution in Brazil, 1911–1915”, em Jung, Uli e Loiperdinger (orgs.), *Importing Asta Nielsen: The International Film Star in the Making 1910–1914*, New Barnet: John Libbey, 2013. (Kintop Studies in Early Cinema, v. 2).
- , “‘The Arbiter of Elegance’: Psilander’s Stardom and Elite-Oriented Film Culture in Rio de Janeiro”, em *Kosmorama*, n. 267, 2017. Disponível em <<https://www.kosmorama.org/en/kosmorama/artikler/arbiter-elegance-psilanders-stardom-and-elite-oriented-film-culture-rio-de>>. Acesso em 13 abr. 2021.
- , *Public Spectacles of Violence: Sensational Cinema and Journalism in Early Twentieth-Century Mexico and Brazil*, Durham: Duke University Press, 2017.
- , “Regulating Light, Interiors, and the National Image: Electrification and Studio Space in Silent-Era Brazil”, em Jacobson, Brian R. (org.), *In the Studio: Visual Creation and Its Material Environments*, Oakland: University of California Press, 2020.
- NOBRE, F. Silva, *Pequena história do cinema brasileiro*, Rio de Janeiro: AABB, 1955.
- NORONHA, Jurandyr, *Dicionário Jurandyr Noronha de cinema brasileiro: os que vieram de outras terras*, Rio de Janeiro: EMC edições, 2015.
- , *No tempo das manivelas*, Rio de Janeiro: Ebal e Kinart e Embrafilme, 1987.

- “O ‘trust’ cinematographico e o que, a respeito, nos disse o sr. J. R. Staffa”, em *Correio da Manhã*, 10 maio 1912, p. 2.
- “O ‘trust’ dos cinematographos”, em *Gazeta de Notícias*, 12 maio 1912, p. 2.
- “O Brazil na Exposição de Bruxellas”, em *O Paiz*, 22 abr. 1910, p. 2.
- O Camundongo, “A companhia cinematographica: o cinema parisiense”, em *Jornal do Commercio*, 27 set. 1912, p. 10.
- O Camundongo, “A companhia cinematographica: o cinema parisiense”, em *Jornal do Commercio*, 29 set. 1912, p. 17.
- O Camundongo, “A companhia cinematographica: o cinema parisiense”, em *Jornal do Commercio*, 1 out. 1912, p. 11.
- O Camundongo, “A companhia cinematographica: o cinema parisiense”, em *Jornal do Commercio*, 3 out. 1912, p. 8.
- “O marechal no cinema: a inauguração de uma orchestra”, em *O Século*, 5 maio 1911, p. 1.
- “O orçamento municipal e os cinematographos”, em *O Paiz*, 15 nov. 1911, p. 5.
- “O prefeito e... as fitas: Os cinemas estiveram ontem em foco, em luta franca com o fisco municipal”, em *Correio da Manhã*, 24 jan. 1915, p. 3.
- “Os ‘films cinematográficos’: a decisão, do Juiz Federal”, em *O Século*, 14 dez. 1912, p. 2.
- “Os ‘films’ e o Brasil”, em *A Rua*, 9 out. 1917, p. 1.
- “Os cinematographos da Avenida: A grande Companhia e seus planos: A ‘Gazeta’ entrevista os directores da Companhia”, em *Gazeta de Notícias*, 12 maio 1912, p. 2.
- “Os cinematographos”, em *Jornal do Brasil*, 2 nov. 1907, p. 3.
- “Os leilões na alfândega”, em *Correio da Manhã*, 14 mar. 1915, p. 1.
- PALADINO, Diana e FREIRE, Rafael de Luna, “Conexión latina: Relaciones entre los distribuidores cinematográficos de Brasil y Argentina a principios de siglo XX”, em Marc Ferrez y Max Glücksmann”, *Imagofagia*, n. 24, 2021.
- PAUL, William, *When Movies were Theater: Architecture, Exhibition, and the Evolution of American Film*, Nova York: Columbia University Press, 2016.
- PEDERNEIRAS, Raul, “A fita no Brasil”, em *Jornal do Brasil*, 20 jun. 1942.
- PEIXOTO, Níobe Abreu, “Iniciativas e realizações teatrais no Rio de Janeiro”, em Faria, José Roberto (org.), *História do teatro brasileiro, volume 1: das origens ao teatro profissional da primeira metade do século XX*, São Paulo: Perspectiva e Edições Sesc SP, 2012.
- PENNAFORT, Onestaldo de, *Um rei da valsa*, Rio de Janeiro: Livraria São José, 1958.
- PEREIRA, Carlos Eduardo, *A música no cinema silencioso no Brasil*, Rio de Janeiro: Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, 2014.
- PETIT, Pere, “Ramon de Baños, um pioneiro do cinema catalão em Belém do Pará nos tempos da borracha (1911–1913)”, em *O Olho da História*, n. 14, dez. 1910.

- PHÔER, João, “A cinematographomania”, em *Jornal do Brasil*, 6 out. 1907, p. 7.
- “Pictures theatres in Brazil: Interview with a Kinemacolorist”, em *The Kinematograph & Lantern Weekly*, 14 mar. 1912, p. 1114b.
- PIEROTTI, Frederico, “Coloring the Figures: Women’s Labor in the Early Italian Film Industry”, em Dall’asta, Monica e outras (orgs.), *Researching Women in Silent Cinema: New Findings and Perspectives*, Bologna: University of Bologna, 2013. E-book.
- PINHEIRO, Xavier, “A música nos cinemas”, em *Revista de Theatro & Sport*, v. 6, n. 231, 12 abr. 1919, p. 12.
- PONTES, Igor Andrade, *Os caminhos de Carlitos: a exibição dos filmes de Charles Chaplin no Rio de Janeiro, suas histórias e seus personagens (1914–1922)* (dissertação), UFF, 2016.
- POZENATO, Kenia e GIRON, Loraine, *Cinemas: lembranças*, Porto Alegre: EST, 2007.
- “Quem foi Staffa”, em *Cinearte*, v. 2, n. 90, 16 nov. 1927, p. 31.
- QUINN, Michael J., *Early Film Distribution and the Development of the Motion Picture Industry: Famous Players and Paramount, 1912–1921* (tese), University of Wisconsin, 1998.
- _____, “Distribution, the Transient Audience, and the Transition to the Feature Film”, em *Cinema Journal*, v. 40, n. 2, 2001.
- R. T., “A vida ultra-chic”, em *Fon Fon*, v. 13, n. 16, 19 abr. 1919, p. 22.
- REGO, Costa, “As revistas no cinematographo”, em *A Estação Theatral*, n. 17, 15 out. 1910, p. 1.
- REID, William A., “Going to the Movies in South America”, em *Bulletin of the Pan American Union*, v. 42, jan.-jun. 1916.
- REIS, Angela e MARQUES, Daniel, “A permanência do teatro cômico e musicado”, em Faria, José Roberto (org.), *História do teatro brasileiro, volume 1: das origens ao teatro profissional da primeira metade do século XX*, São Paulo: Perspectiva e Edições Sesc SP, 2012.
- REIS, Moura, “Velho cineasta vê o tempo quase perdido”, em *Correio da Manhã*, 15 mar. 1966, p. 8.
- RESENDE, Beatriz (org.), *Lima Barreto: Cronista do Rio*, Belo Horizonte: Autêntica, Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 2017.
- RIO, João do, “A catedral do cinematógrafo”, em *A Notícia*, 28 ago. 1909, p. 3.
- _____, *Vida vertiginosa*, Rio de Janeiro: Garnier, 1911.
- _____, *Cinematógrafo: crônicas cariocas*, Rio de Janeiro: ABL, 2009.
- _____, *Os dias passam*, 2 ed., Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 2015.
- ROGOFF, Rosalind, “Edison’s Dream: A Brief History of the Kinetophone”, em *Cinema Journal*, v. 15, n. 2, 1976.
- ROSSELL, Deac. “‘Demolition d’un mur’: The Social Construction of Technology and Early Cinema Projection Systems”, em *Early Popular Visual Culture*, v. 12, n. 3, 2014.

- “Salão Pariz no Rio”, [c. ago. 1899], sem data.
- SALLES, Vicente, *Épocas do teatro no Grão-Pará ou Apresentação do Teatro de época*, Belém: UFPA, v. 1, 1994.
- SALVILIUS, “Os nossos costumes”, em *Revista de Theatro & Sport*, v. 2, n. 39, 17 jul. 1915, p. 2.
- SANDBERG, Mark B., “Multiple-reel/feature films: Europe”, em Abel, Richard (org.), *Encyclopedia of Early Cinema*, Londres e Nova York: Routledge, 2005.
- SANDRONI, Carlos, *Feitiço decente: transformações do samba no Rio de Janeiro (1917-1933)*, Rio de Janeiro: Jorge Zahar: UFRJ, 2001.
- SANGLARD, Gisele, “Filantropia e assistencialismo no Brasil”, em *História, Ciências, Saúde – Manguinhos*, n. 3, set.-dez. 2003.
- SANTOS, Marco, *Popularíssimo: o ator Brandão e seu tempo*, Rio de Janeiro: edição do autor, 2007.
- SCHVARZMAN, Sheila, “Gilda Bojunga: caminhos e percalços de uma afirmação”, em Holanda, Karla e Tedesco, Marina Cavalcanti (orgs.), *Feminino e plural: mulheres no cinema brasileiro*, Campinas: Papirus, 2017.
- , “O cinema silencioso em Minas Gerais (1907-1930)”, em Ramos, Fernão Pessoa e Schvarzman, Sheila (orgs.), *Nova história do cinema brasileiro*, São Paulo: Edições Sesc SP, v. 1, 2018.
- SCHWARCZ, Lilia Moritz, *Lima Barreto: triste visionário*, São Paulo: Companhia das Letras, 2017.
- SEABRA JÚNIOR, Gregorio Garcia, “Exposição Nacional”, em *O Paiz*, 23 ago. 1908, p. 8.
- SEVCENKO, Nicolau, *Literatura como missão: tensões sociais e criação cultural na Primeira República*, São Paulo: Brasiliense, 1999.
- SIGNORET, “Há 30 anos”, em *A Cena Muda*, n. 29, 18 jul. 1944, p. 22.
- SILVA, Felipe Davson Pereira, *Novidade, imaginário e sedentarização: o espetáculo cinematográfico no Recife (1896-1909)* (dissertação), UFRPE, 2018.
- SILVA, Maria do Carmo Costa, *O fim das coisas: as salas de cinema de Belo Horizonte*, Belo Horizonte: Secretaria Municipal de Cultura, 1995.
- SILVEIRA, Walter da, *A história do cinema vista da província*, Salvador: Fundação Cultural do Estado da Bahia, 1978.
- SIMAS, Luiz Antonio, “Dos arredores da Praça Onze aos terreiros de Oswaldo Cruz: uma cidade de pequenas Áfricas”, em *Z Cultural*, v. 11, n. 1, 2016. Disponível em <<http://revistazcultural.pacc.ufrj.br/dos-arredores-da-praca-onze-aos-terreiros-de-oswaldo-cruz-uma-cidade-de-pequenas-africanas/>>. Acesso em 12 jan. 2020.
- SIORIS-TRAHAN, Jean-Pierre, “Film d’art”, em Abel, Richard (org.), *Encyclopedia of Early Cinema*, Londres e Nova York: Routledge, 2005.

- SMITHER, Roger (org.), *This Film is Dangerous: A Celebration of Nitrate Film*, Bruxelas: FIAF, 2002.
- SOARES, Natália de Castro, *A cor no cinema silencioso do Brasil (1913-1931): produção e linguagem* (dissertação), USP, 2014.
- SODRÉ, Alvaro, “Typos da Rua: os baleiros”, em *Selecta*, v. 4, n. 50, 14 dez. 1918, p. 28.
- SOUZA, Carlos Roberto de, *Nossa aventura na tela: a trajetória fascinante do cinema brasileiro da primeira filmagem à “Central do Brasil”*, São Paulo: Cultura Editores Associados, 1998.
- _____, “Um episódio na vida de Italia Almirante Manzini ou O filme brasileiro da diva italiana”, em *Vivomatografia*, n. 6, dez. 2020, pp. 238-270.
- _____, e FREIRE, Rafael de Luna, “A chegada do cinema sonoro ao Brasil”, em Ramos, Fernão Pessoa e Schvarzman, Sheila (orgs.), *Nova história do cinema brasileiro*, São Paulo: Edições Sesc SP, v. 1, 2018.
- SOUZA, José Inácio de Melo, “A contribuição italiana ao cinema brasileiro”, em *Recine: Revista do Festival Internacional de Cinema de Arquivo*, v. 8, n. 8, nov. 2011.
- _____, “As imperfeições do crime da mala: ‘cine-gêneros’ e reencarnações no cinema dos primórdios”, em *Revista USP*, n. 45, 2000.
- _____, “Companhia Cinematográfica Brasileira”, *Inventário dos espaços de sociabilidade cinematográfica da cidade de São Paulo (1895-1929)*. Disponível em <<http://bases.cinematoteca.gov.br/cgi-bin/wxis.exe/iah/?IsisScript=iah/iah.xis&base=CINESP&lang=p>>. Acesso em 25 maio 2021.
- _____, “Francisco Serrador e a primeira década do cinema em São Paulo”, em *Mnemocine*, 2001. Disponível em <www.mnemocine.com.br/index.php/documentos-paradownload/doc_download/33-francisco-serrador-e-a-primeira-decada-do-cinema-emsao-paulo>. Acesso em 22 maio 2021.
- _____, *Imagens do passado: São Paulo e Rio de Janeiro nos primórdios do cinema*, São Paulo: Senac, 2004.
- _____, “Os primórdios do cinema no Brasil”, em Ramos, Fernão Pessoa e Schvarzman, Sheila (orgs.), *Nova história do cinema brasileiro*, São Paulo: Edições Sesc SP, v. 1, 2018.
- _____, *Salas de cinema e história urbana de São Paulo (1895-1930): o cinema dos engenheiros*, São Paulo: Senac, 2016.
- _____, *Salvados digitais*, São Paulo: Gráfica Bartira, 2020.
- STAFFA, J. R., “O cinema Parisiense ao público”, em *Jornal do Commercio*, 26 set. 1912, p. 8.

- STECZ, Solange Straub e KARAM, Elizabeth, “Com Annibal Requião, nasce o cinema no Paraná”, em Rocio, Celina e outros, *Cinema Brasileiro: 8 estudos*, Rio de Janeiro: Embrafilme: Funarte, 1980.
- STEYER, Fábio Augusto, *Cinema, imprensa e sociedade em Porto Alegre (1896-1930)*, Porto Alegre: EDPUCRS, 2001.
- SÜSSEKIND, Flora, *As revistas de ano e a invenção do Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro: Nova Fronteira: Fundação Casa de Rui Barbosa, 1986.
- _____, *Cinematógrafo de letras: literatura, técnica e modernização*, São Paulo: Companhia das Letras, 1987.
- THOMPSON, Kristin, *Exporting Entertainment: America in the World Film Market, 1907-1934*, Londres: BFI, 1985.
- TINHORÃO, José Ramos, *Música popular: teatro & cinema*, Petrópolis: Vozes, 1972.
- _____, *Os sons que vêm da rua*, São Paulo: Editora 34, 2005.
- TINOCO, Godofredo, *O teatro em Campos: 1735-1975*, Campos dos Goytacazes: Edição do autor, 1963.
- TOMADJOGLOU, Kimberly e ORMSON, Jennifer, “Rome’s Premiere Film Studio: Società Italiana Cines”, em *Film History*, v. 12, n. 3, 2000.
- “Trust cinematográfico no Brasil”, em *A Noite*, 16 maio 1912, p. 2.
- TRUSZ, Alice Dubina, *Entre lanternas mágicas e cinematógrafos: as origens do espetáculo cinematográfico em Porto Alegre: 1861-1908*, São Paulo: Ecofalante, 2010.
- _____, “A produção cinematográfica no Rio Grande do Sul (1896-1915)”, em Ramos, Fernão Pessoa e Schvarzman, Sheila (orgs.), *Nova história do cinema brasileiro*, São Paulo: Edições Sesc SP, v. 1, 2018.
- _____, “Emílio Guimarães: as múltiplas identidades de um produtor de imagens no Brasil dos anos de 1910”, em *Significação*, n. 36, 2011.
- _____, “Os fanáticos de Taquarussú (1914): uma excursão foto-cinematográfica”, em *Anais digitais do 27º Encontro Socine*, Florianópolis, 2013.
- TUON, Liamar Izilda, “O cotidiano cultural em Ribeirão Preto (1880-1920)”, em Marcondes, Renato Leites e outros (orgs.), *Ribeirão Preto: a cidade como fonte de pesquisa*, São Paulo: Prefeitura do Campus USP, v. 1, 2015.
- TURQUETY, Benoît, *Machines, Gestures, and Media History*, Amsterdã: Amsterdam University Press, 2019, pp. 209-230.
- “Uma chantagem”, em *Gazeta de Notícias*, 5 mar. 1909, p. 2.
- “United States of America. Motion Pictures in Argentina and Brazil”, em *Trade Information Bulletin*, n. 630, Washington: United States Government Printing Office, 1929.
- V., “Films”, *A Imprensa*, 13 abr. 1909, p. 2.

- VANALI, Ana Christina, “Apontamento dos registros cinematográficos referentes ao Contestado”, em *Revista NEP*, v. 3, n. 2, jun. 2017.
- VASQUEZ, Pedro Afonso, “Família Ferrez: da escultura à fotografia e do Império à República”, *Fotografia escrita: nove ensaios sobre a produção fotográfica no Brasil*, Rio de Janeiro: Senac, 2012.
- VELLOSO, Mônica Pimenta, *Modernismo no Rio de Janeiro: Turunas e quixotes*, Rio de Janeiro: FGV, 1996.
- VENÂNCIO FILHO, Alberto, “Prefácio”, em Barbosa, Rui, *Trabalhos Jurídicos*, Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 1989.
- VENEZIANO, Neyde, *O teatro de revistas no Brasil: dramaturgia e convenções*, Campinas: Pontes, 1991.
- VERGARA, Jean-Claude Seguin, “Édouard-Hervet”, em *Le Grimh: Groupe de Réflexion sur l’Image dans le Monde Hispanique*. Disponível em <<https://le.grimh.org/>>. Acesso em 13 jan. 2021.
- VERONNEAU, Pierre, “An Intermedia Practice: ‘Talking Pictures’ in Montreal, 1908–1910”, em *Film History*, v. 11, n. 4, 1999.
- VIANY, Alex, “A memória de Alberto Botelho”, sem data, não publicado. Disponível em <<http://www.alexviany.com.br>>. Acesso em 15 out. 2020.
- , *Introdução ao cinema brasileiro*, Rio de Janeiro: Instituto Nacional do Livro, 1959.
- WANDERLEY, Andrea C. T., “Cronologia de Marc Ferrez (1843–1923)”, em *Brasileira Fotográfica*, 6 jan. 2021. Disponível em <<https://brasilianafotografica.bn.gov.br/?p=20796>>. Acesso em 14 jan. 2021.
- WOODARD, James P., *Brazil’s Revolution in Commerce: Creating Consumer Capitalism in the American Century*, Chapel Hill: The University of North Carolina Press, 2021.
- XIMENES, Sérgio Barcellos, *Tibúrcio D’ Anunciação e as Cartas de um Matuto publicadas na revista Careta: investigação sobre os autores*, sem data. Disponível em <<https://bityli.com/v1LBL>>. Acesso em 11 maio 2021.
- YUMIBE, Joshua, “French Film Colorists”, em Gaines, Jane e outras (orgs.), *Women Film Pioneers Project*, Nova York: Columbia University Libraries, 2013. Disponível em <<https://wfpp.columbia.edu/essay/cutting-women>>. Acesso em 12 mar. 2021.
- ZEANTONE, “Plat du jour”, em *Rio Nu*, 11 maio 1912, p. 3.

Principais sítios consultados

- Acervo Alex Viany. Disponível em <<https://www.alexviany.com.br>>. Acesso em 30 set. 2021.
- Acervo Estadão. Disponível em <<https://acervo.estadao.com.br>>. Acesso em 30 set. 2021.
- Arquivo Nacional. Disponível em <<https://www.gov.br/arquivonacional>>. Acesso em 30 set. 2021.
- Associação Comercial do Rio de Janeiro – Revista do Empresário. Disponível em: <<http://docpro.com.br/revistadoempresario/>>. Acesso em 22 jan. 2021.
- Biblioteca Brasileira Guita e José Mindlin. Disponível em <<https://www.bbm.usp.br>>. Acesso em 30 set. 2021.
- Biblioteca Nacional – Brasileira Fotográfica. Disponível em <<https://brasilianafotografica.bn.gov.br>>. Acesso em 30 set. 2021.
- Biblioteca Nacional – Hemeroteca Digital. Disponível em <<https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital>>. Acesso em 30 set. 2021.
- Biblioteca Nacional de Espanha – Hemeroteca Digital. Disponível em <<http://www.bne.es/es/Catalogos/HemerotecaDigital/>>. Acesso em 30 set. 2021.
- Bibliothèque Nationale de France – Gallica. Disponível em <<https://gallica.bnf.fr>>. Acesso em 30 set. 2021.
- Cinemateca Brasileira – Filmografia Brasileira. Disponível em <<http://cinemateca.org.br/filmografia-brasileira>>. Acesso em 30 set. 2021.
- Cinemateca Brasileira – Salas de cinema de São Paulo (1895-1929). Disponível em <<http://bases.cinemateca.gov.br/cgi-bin/wxis.exe/iah/?IsisScript=iah/iah.xis&base=CINESP&lang=p>>. Acesso em 20 jul. 2021.
- Classic Brazilian Cinema Online – Brill. Disponível em <<https://primarysources.brillonline.com/browse/classic-brazilian-cinema-online>>. Acesso em 30 set. 2021.
- Danish Film Institute – Danish Film Database. Disponível em <<https://www.df.dk/en/english/danish-film-history>>. Acesso em 30 set. 2021.
- Domitor – International Society for the Study of Early Cinema. Disponível em <<https://domitor.org>>. Acesso em 30 set. 2021.
- Eye Filmmuseum – Jean Desmet Paper Collection – Clariah Media Suite. Disponível em <<https://mediasuite.clariah.nl>>. Acesso em 30 set. 2021.
- Fondation Jérôme Seydoux-Pathé. Disponível em <<http://www.fondation-jerome-seydoux-pathe.com>>. Acesso em 30 set. 2021.

- Fundação Getúlio Vargas – Centro de Pesquisa e Documentação – Dicionário Histórico-Biográfico Brasileiro. Disponível em <<http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/arquivo>>. Acesso em 30 set. 2021.
- Instituto Moreira Salles. Disponível em <<https://ims.com.br>>. Acesso em 30 set. 2021.
- Instituto Moreira Sales – site 150 anos de Ernesto Nazareth. Disponível em <<https://www.ernestonazareth150anos.com.br>>. Acesso em 30 set. 2021.
- Instituto Moreira Salles – site Pixinguinha. Disponível em <<https://pixinguinha.com.br>>. Acesso em 30 set. 2021.
- Internet Archive. Disponível em <<https://archive.org>>. Acesso em 30 set. 2021.
- Jusbrasil – Diários Oficiais. Disponível em <<https://www.jusbrasil.com.br/diarios>>. Acesso em 30 set. 2021.
- Lantern – Media History Digital Library. Disponível em <<https://lantern.mediahist.org>>. Acesso em 30 set. 2021.
- Library of Congress – Chronicling America: Historic American Newspapers. Disponível em <<https://chroniclingamerica.loc.gov>>. Acesso em 30 set. 2021.
- Mnemocine – Filmes estrangeiros exibidos no Brasil 1896-1916. Disponível em <<http://www.mnemocine.com.br/index.php/filmes-silenciosos-1896-1916>>. Acesso em 30 set. 2021.
- Muzeo Nazionale del Cinema – Riviste e monografie del cinema muto italiano. Disponível em <<http://www2.museocinema.it/collezioni/PeriodiciMonografie.aspx>>. Acesso em 30 set. 2021.
- The British Newspaper Archive. Disponível em <<https://www.britishnewspaperarchive.co.uk/>>. Acesso em 30 set. 2021.
- University of Michigan – Harry Alverson Franck Photographs. Disponível em <<https://quod.lib.umich.edu/s/scfranck>>. Acesso em 30 set. 2021.
- Women Film Pioneers Project. Disponível em <<https://wfpp.columbia.edu>>. Acesso em 30 set. 2021.

Agradecimentos

Este livro foi resultado de pesquisa iniciada durante meu pós-doutorado junto ao Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som da Universidade Federal de São Carlos, entre março de 2020 e fevereiro de 2021, sob a supervisão da professora Luciana Corrêa de Araújo, a quem agradeço a amizade e o diálogo. Nesse sentido, sou grato também ao apoio de meus colegas no departamento de cinema e vídeo e no Programa de Pós-Graduação em Cinema e Audiovisual – PPGCine da Universidade Federal Fluminense, no qual tenho o privilégio de trabalhar com pessoas que prezo e admiro.

Obviamente, o pós-doutorado foi afetado diretamente pela pandemia do coronavírus, que modificou radicalmente os planos iniciais. Esta pesquisa surgiu justamente de uma mudança de direção, baseando-se fundamentalmente em documentação já reunida que pôde ser trabalhada mais detidamente durante o longo período de necessário isolamento social. Assim, agradeço a William Condé e Pedro Butcher por compartilharem ideias e documentos que inspiraram o foco deste trabalho na história da firma Marc Ferrez & Filhos e nos primórdios da distribuição de filmes no Brasil.

Foi crucial para o desenvolvimento do trabalho a documentação do fundo Família Ferrez, preservada por Gilberto Ferrez (1908–2000) – filho de Julio e neto de Marc – e doada ao Arquivo Nacional, em 2007, por iniciativa de sua filha, Helena Ferrez. Ao investigar detalhadamente esse material, um dos meus objetivos foi demonstrar como se trata de um dos mais importantes conjuntos documentais existentes no mundo sobre o comércio internacional de filmes nos primeiros anos do século 20. Portanto, sou grato a todos envolvidos na

doação, tratamento e disponibilização dessa valiosa documentação pelo Arquivo Nacional, no Rio de Janeiro.

Por outro lado, com a impossibilidade de consulta presencial a bibliotecas e arquivos no Brasil, entre os anos de 2020 e 2021, este trabalho também dependeu fundamentalmente da pesquisa através da rede mundial de computadores. Foram fundamentais os sítios de todos os projetos e iniciativas citados nas referências. Além de instituições, agradeço ainda a vários indivíduos que generosamente compartilharam documentos, responderam a perguntas ou deram sugestões: Ana Maria Augusto, Danielle Crepaldi, Isak Thorsen, Ivo Blom, Jean-Jacques Meusy, Jitka de Préval, Juliana Schuery, Priska Morrissey e Rafael Monte.

Pelo atendimento à distância no contexto da pandemia, sou imensamente grato a Juli McLoone, curadora do Special Collections Research Center da University of Michigan Library; a Piet Dirckx, do Eye Filmmuseum, em Amsterdã; a Mariana Lambert Passos Rocha, Rodrigo Santiago Cordeiro Gomes e Kátia Maria Borges Oliveira, servidores do Arquivo Nacional, no Rio de Janeiro; e a Sergio Mendes, Débora Cordeira Costa e Rafael Nogueira, do Núcleo de Gestão Documental e Biblioteca do Tribunal Regional Federal da 2ª Região, no Rio de Janeiro.

Por diversas formas de auxílio, sugestão ou colaboração para essa pesquisa, agradeço a Cyntia Araújo Nogueira, Diogo Rembold, Guilherme Tristão, Gustavo Broda, Julie Allen, Luiz Antônio Coelho, Luiz Antonio de Almeida, Martha Freire, Marcos Fábio Belo Matos, Juana Suárez, Pere Petit, Tiago Quintes, e William Marc Plotnick. Agradeço ainda a todos os profissionais da distribuição e exibição cinematográfica com quem conversei durante a pesquisa: André Sturm, Gilberto Leal, Marcelo França Mendes, Marcos Araújo, Rodrigo Saturnino Braga e Jorge Peregrino. Mesmo que suas experiências tenham se dado em contextos históricos muito posteriores ao abordado neste trabalho, seus depoimentos foram fundamentais para a compreensão das complexidades desta atividade.

Apesar de o livro ter sido escrito num período relativamente curto e intenso, pude discutir o andamento da pesquisa em pelo menos dois importantes eventos acadêmicos, ambos realizados através de videoconferência. Uma versão inicial do primeiro capítulo foi apresentada no *Seminario Internacional Estudios de Público de Cine Clásico*, em novembro de 2020, organizado pela Universidade de Buenos Aires. Agradeço a Clara Kriger pela oportunidade de apresentar, pela primeira vez, ideias surgidas na pesquisa.

Posteriormente, uma versão do terceiro capítulo foi apresentada no *On/Off Screen: The Other Histories of Cinema in Latin America / Las otras historias del*

cine en América Latina, organizado pela University of Tulane, em abril de 2021. Agradeço a Ana López, Irene Rozsa, Daniel Biltereyst e Philippe Meers pelo convite para participar do evento e desfrutar da oportunidade de diálogo com outros pesquisadores.

Em 2020, ainda numa etapa inicial dessa pesquisa, publiquei o artigo “A Companhia Cinematográfica Brasileira e a Marc Ferrez & Filhos: discutindo a relação entre Francisco Serrador e a família Ferrez (1912–1915)”. Agradeço aos editores e pareceristas da revista *Vivomatografía* pelas críticas e sugestões ao artigo, que foram incorporadas a este livro.

Já em 2021, simultaneamente à fase final de pesquisa para esta obra, escrevi conjuntamente com a pesquisadora argentina Diana Paladino um artigo para a revista *Imagofagia*, com perspectiva comparativa, intitulado *Conexión latina: Relaciones entre los distribuidores cinematográficos de Brasil y Argentina a principios de siglo XX, Marc Ferrez y Max Glücksmann*. Trata-se de um texto que indica possíveis desdobramentos a partir deste livro que ainda precisam ser explorados.

Para a concretização desta publicação, agradeço também ao incentivo e amizade de João Luiz Vieira, à colaboração de Mariana Baltar e Índia Mara Martins na coordenação do PPGCine, ao decisivo empenho de Hernani Heffner, da Cinemateca do Museu de Arte Moderna, e ao trabalho cuidadoso liderado por Márion Strecker, coordenadora de publicações do MAM.

Meu obrigado ainda à querida Alice Gonzaga por viabilizar a pesquisa (presencial!) no precioso Arquivo Cinédia poucos dias antes da entrega do texto final.

Por fim, sou especialmente grato pela leitura atenta de diferentes versões do manuscrito a José Inácio de Melo Souza, cujo trabalho foi uma inspiração para minha pesquisa. Nossas conversas por e-mail, durante a fase mais aguda da pandemia, foram cruciais para a escrita deste livro. Um agradecimento especial à Rielle Navitski pelo sempre instigante diálogo, assim como por ter generosamente aceito meu convite para escrever o prefácio.

Agradeço, por fim, à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (FAPERJ), pelo apoio através do programa Jovem Cineasta do Nosso Estado, assim como a todos colegas e alunos que compartilham comigo a paixão pela pesquisa sobre a história do cinema no Brasil e a árdua luta pela valorização e preservação da memória audiovisual em nosso país.



Museu de Arte Moderna
Rio de Janeiro

GOVERNANÇA

Conselho de administração

Carlos Alberto Gouvêa Chateaubriand
Presidente
Armando Strozenberg
Eliane Aleixo Lustosa de Andrade
Eugênio Pacelli de Oliveira Pires dos Santos
João Maurício de Araújo Pinho Filho
Livia de Sá Baião
Luiz Roberto Sampaio
Nelson Eizirik
Paulo Albert Weyland Vieira

Conselho fiscal

Cesar do Monte Pires
Edson Cordeiro da Silva
Ricardo Lopes Cardoso

CONSELHO CONSULTIVO

Associados seniores

Armando Strozenberg
Carlos Alberto Gouvêa Chateaubriand
Eugênio Pacelli de Oliveira Pires dos Santos
Gustavo Martins de Almeida
Heitor Reis
Hélio Portocarrero
Henrique Luz
João Maurício de Araújo Pinho
João Maurício de Araújo Pinho Filho
Luís Antônio de Almeida Braga
Luiz Guilherme Schymura de Oliveira
Luiz Roberto Sampaio
Nelson Eizirik
Paulo Albert Weyland Vieira
Ronaldo Cezar Coelho

Associados plenos

Alessandro Horta
André Soares de Sá
Armínio Fraga
Camila Goldberg
Claudia Moreira Salles
Claudio Hermolin
Eduardo Loyo
Elena Landau
Eliane Aleixo Lustosa de Andrade
Erik da Costa Breyer
Fernando Marques Oliveira
Fred Gelli
Gilberto Chateaubriand
Haakon Lorentzen
João Marcello Dantas Leite
Joaquim Paiva
José Francisco Gouvêa Vieira
Katia Mindlin Leite Barbosa
Livia de Sá Baião
Luciana Levacov
Luis Felipe Magon
Luis Paulo Montenegro
Luiz Carlos Barreto
Marcelo Mesquita
Marcos Falcão
Marta Martins Fadel Lobão
Max Perlingeiro
Michel Wurman
Miguel Pinto Guimarães
Nara Roesler
Oskar Metsavaht
Pablo Sorj
Paula Marinho
Rhanine Rodrigues Pessoa
Ricardo Steinbruch
Rogerio Pessoa
Sérgio Gusmão Suchodolski
Tanit Galdeano

Comitê de investimentos

Edmar Bacha
Helio Portocarrero
Luiz Chrysostomo de Oliveira Filho
Luiz Roberto Sampaio
Pedro Luiz Bodin de Moraes

Comissão de acervo

Carlos Alberto Gouvêa Chateaubriand
Eugênio Pacelli de Oliveira Pires dos Santos
Luís Antônio de Almeida Braga
Luiz Guilherme Schymura de Oliveira

Benfeitores

Gilberto Chateaubriand
Joaquim Paiva
Luiz Carlos Barreto

PATRONOS**Patronos ouro**

Alec Oxenford
Cris e Marcelo Trindade
Patricia de Moraes e Pedro Barboza
Roberta e Daniel Bassan

Patronos prata

Andrea e José Olympio da Veiga Pereira
Camila Magnus e Roberto Miranda de Lima
Jacqueline e Bruno Szwarc
Luis Paulo Montenegro
Mariana e Rogério Pessoa
Paula Marinho e Miguel Pinto Guimarães
Renata e João Marcello Dantas Leite
Roberta Rolim Machado e Sérgio Machado

Patronos

Alessandra Ragazzo D'Aloia, Marcia
Cristina Correa Fortes e Alexandre
Monteiro Gabriel
Amanda Klabin e Eduardo Tckaz
André Soares de Sá
Anna Victoria Lemann

Camila Yunes e Conrado Mesquita
Claudia Moreira Salles
Eduardo Wanderley
Elizabeth Moraes e Marcus V. Pratini
de Moraes
Gilson Finkelsztain
Karla e Eduardo Loyo
Leonardo Orsini de Castro Amarante
Ludwig e Luiz Danielian
Luiz Carlos S. Ritter
Marcelo Mesquita
Maria Estellita Lins e Augusto Lins
Martha e Sergio Scodro
Sérgio Ribeiro da Costa Werlang

EQUIPE**DIRETORIA****Diretor executivo**

Paulo Albert Weyland Vieira

**Diretor de planejamento, administração
e finanças**

Pedro José Rodrigues

Diretoria artística

Keyna Eleison
Pablo Lafuente

CURADORIA

Curadora adjunta Beatriz Lemos

Assistente de curadoria Natasha Felix

MUSEOLOGIA

Gerente Cátia Louredo

Coordenadora de museologia

Camila Pinho

Coordenadora de conservação

Manuela Pereira

Museóloga Ana Beatriz Cascardo

Montadores

José Marcelo Peçanha
Noan Moreira

CINEMATECA

Gerente Hernani Heffner

Coordenador de cinema José Quental

Coordenador de documentação de cinema Fábio Vellozo

Pesquisador de cinema

Carlos Eduardo Pereira

Assessor audiovisual Tiago Ferreira

Operadores cinematográficos

Edson Gomes

Sidney de Mattos

EDUCAÇÃO E PARTICIPAÇÃO

Gerente Renata Sampaio

Coordenador de mediação Lais Daflon

Educadores

Antônio Amador

Daniel Bruno

Phelipe Rezende

Shion Lucas

Assistente administrativo

Ualace Miliorini

PESQUISA E DOCUMENTAÇÃO

Gerente Leno Veras

Coordenadora de publicações

Márion Strecker

Coordenador de informação

Tadeus Mucelli

Pesquisadoras

Aline Siqueira

Moema Bacelar

Arquivista Cláudio Barbosa

Museólogo Maurício Sales

Bibliotecário Reinaldo Alves

Auxiliar de biblioteca Flávio Augusto

Jovem aprendiz Brenda Cabral

PRODUÇÃO

Produtoras

Ana Terra

Julliana Santos

COMUNICAÇÃO E DESIGN

Gerente Erika Palomino

Coordenadora de design Amanda Lianza

Coordenadora de mídia digitais

Domi Valansi

Editor de conteúdo digital Danilo Satou

Designer Mariana Boghossian

Designer assistente Flávio Vivório

Audiovisual Matheus Freitas

Fotógrafo Fabio Souza

Assessora de imprensa

Mônica Villela Assessoria

RELAÇÕES INSTITUCIONAIS

Coordenadora Paula Correia

Analistas

Caroline Bellomo

Michèle Fajardo

Estagiário Hariel Martins

ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS

Superintendência financeira

Carlos Mineiro

Coordenador administrativo financeiro

Vinícius Fazio

Coordenadora de projetos Jusele Sá

Assessora de diretoria Diana Quadra

Analista de recursos humanos

Giselle Lima

Analista administrativo financeira

Juliana Orsolon

Auxiliar administrativo Eduarda Seixas

Assistentes de bilheteria

Brena Araújo

Regina Barbosa

Auxiliar de bilheteria Evelin Damascena

Recepcionista Fabiana Lima

Supervisora do salão de exposição

Ana Paula Pinheiro

Auxiliares do salão de exposição

Joice Jessica Fernandes

Jucelia de Karla Souto

Orientadores de público

Ana Beatriz Carvalho
Ana Carolina Brandizzi
Anderson Albuquerque
Dária Bento
Diego Emanuel Fonseca
Eduardo Inácio Paiva
Jefferson Borelli
Leticia Tereza
Lucas Siqueira
Luma Anunciação
Patrick Magalhães
Raquel Accacio
Silvia Amancio
Thamires Santos
Vinicius Lima

OPERAÇÕES E TI

Gerente Cassio Pereira

Analista de operações e TI

Marayza Almeida

Eletricistas

Edmilson Fernandes Carvalho

João Elias de Almeida

Mecânicos de refrigeração

Reginaldo Pessanha dos Santos

Roberto Monteiro Leocadio

Operador de ar-condicionado

Marcelo Antonio de Almeida

Auxiliares de manutenção

Antonio Marcos Araújo

Elvis de Oliveira Rodrigues

Josias da Conceição Madeira

Prestadoras de serviços

Air Service Ar-condicionado Eireli
Best Force Geradores Eireli EPP
Brasil Forte Vigilância e Segurança Ltda.
Elevadores Salta
Fraga, Bekierman e Cristiano Advogados
Lacus Tratamento de Água e Serviços
Químicos Eireli
Leal, Cotrim, Jansen Advogados
Limppo MultiServiços
Olivieri & Associados – Consultoria Jurídica
Palma e Guedes Advogados
Siciliano Construções e Reformas Eireli
Red Safety Segurança Contra Incêndio Ltda.

PUBLICAÇÃO

Conselho editorial

Prof. Dr. Luís Alberto Rocha Melo, Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)

Profa. Dra. Laura Bezerra, Universidade Federal do Recôncavo Baiano (UFRB)

Profa. Dra. Luciana Corrêa de Araújo, Universidade Federal de São Carlos (UFSCar)

Prof. Dr. Rafael de Luna Freire, Universidade Federal Fluminense (UFF)

Prof. Dr. Fabián Núñez, Universidade Federal Fluminense (UFF)

Prof. Dr. João Luiz Vieira, Universidade Federal Fluminense (UFF)

Keyna Eleison, Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro

José Quental, Cinemateca do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro

Fábio Vellozo, Cinemateca do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro

Coordenação editorial

Márion Strecker

Assistência editorial

Juliana Travassos

Coordenação de design gráfico

Amanda Lianza

Projeto gráfico

Thiago Lacaz

Revisão

Aline Rocha

Daniela Pinheiro

Daniela Uemura

Sérgio Rocha

PARCEIROS

Patrocinadores estratégicos

Instituto Cultural Vale, Petrobras e Ternium por meio da Lei Federal de Incentivo à Cultura.

Patrocinadores

B3, Eletrobras Furnas, Livel, Mattos Filho, BMA, Itaú, Taesa, Unipar, BTG Pactual, Gávea Investimentos, UBS, Wilson Sons, Aliansce Sonae, Becks, Credit Suisse, Icatu, MRS Logística S.A., Sherwin-Williams, Verde Asset Management e Vinci Partners por meio da Lei Federal de Incentivo à Cultura.

Enel e Vivo por meio da Lei Estadual de Incentivo à Cultura – Lei do ICMS RJ.

Deloitte, XP Private, Adam Capital, Concremat, Globo e Multiterminais por meio da Lei Municipal de Incentivo à Cultura – Lei do ISS RJ.

Gafisa, Fundo Hees de Filantropia e Samambaia Filantropias.

Agradecimentos

Ministério do Turismo e Secretaria Especial de Cultura;
Governo do Estado do Rio de Janeiro e Secretaria de Estado de Cultura e Economia Criativa do Rio de Janeiro;
Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro e Secretaria Municipal de Cultura Rio de Janeiro.

© 2022 Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, os autores.
Todos os direitos reservados. Nenhuma parte desta obra
pode ser reproduzida, arquivada ou transmitida de nenhuma
forma ou por nenhum meio sem a permissão expressa
e por escrito do detentor do copyright.

AVISO LEGAL Todos os esforços foram feitos para identificar
os detentores dos direitos das imagens reproduzidas neste livro
e das pessoas fotografadas. Eventuais imperfeições ou omissões
serão corrigidas em edições futuras. Por favor, contate-nos
pelo e-mail publicacoes@mam.rio

Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro
Av. Infante Dom Henrique, 85, Parque do Flamengo
20221-140 Rio de Janeiro RJ Brasil
+55 (21) 3883 5600 www.mam.rio

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

F866

Freire, Rafael de Luna.

O negócio do filme: a distribuição cinematográfica no Brasil
1907-1915 / Rio de Janeiro: Museu de Arte Moderna, 2022.
448 p. il. 30 color. 16 x 23 cm.

ISBN: 978-65-88670-04-0 [impresso]

ISBN: 978-65-88670-09-5 [recurso eletrônico]

1. Cinema 2. Distribuição cinematográfica 3. História do cinema
I. Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro II. Cinemateca do MAM
III. PPGCine-UFF IV. Título
CDD 791.43

Bibliotecário: Reinaldo Bruno Batista Alves, CRB 6649/2014

Este livro foi composto nas fontes GT Sectra e GT Ultra e impresso em março de 2022 pela Leograf, com miolo nos papéis Pólen Bold 90 g/m² e offset 120 g/m² e capa em papel Supremo Alta Alvura 250 g/m².





cinemateca
mam rio



Museu de Arte Moderna
Rio de Janeiro

Poucos historiadores de cinema trataram a infraestrutura quase invisível que sustenta o negócio inteiro, o elo essencial entre a produção e o consumo do cinema: a distribuição. Os arranjos financeiros, o transporte e a logística talvez não possuam o glamour dos estúdios, astros e estrelas célebres, mas, em muitos casos, seu impacto na trajetória do cinema foi bem maior. Através de um mergulho profundo no precioso acervo da família Ferrez – pioneiros na importação, distribuição e exibição de filmes no Brasil – e de uma busca minuciosa nos jornais e revistas da época, Rafael de Luna Freire avança a passos largos nosso conhecimento desse aspecto pouco pesquisado do cinema.

Rielle Navitski, Universidade da Geórgia

ISBN 978 65 88670 04 0



Versão digital

