



Programa de Pós-Graduação em Comunicação

Marc Ferrez & Filhos: Comércio, distribuição e exibição nos primórdios do cinema brasileiro (1905-1912).

William Nunes Condé

Rio de Janeiro, 2012

WILLIAM NUNES CONDÉ

MARC FERREZ & FILHOS:

Comércio, distribuição e exibição nos primórdios do cinema brasileiro (1905-1912).

Dissertação apresentada à Escola de Comunicação da
Universidade Federal do Rio de Janeiro como requisito
parcial para a obtenção do grau de Mestre.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Suzy dos Santos

Rio de Janeiro
Escola de Comunicação (ECO/UFRJ)

2012

C745

Condé, William Nunes

Marc Ferrez & Filhos: comércio, distribuição e exibição nos primórdios do cinema brasileiro (1905-1912) / William Nunes Condé. Rio de Janeiro: UFRJ, 2012.

162 f.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Suzy dos Santos

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 2012.

1. Cinema – Brasil – Distribuição. 2. Indústria cinematográfica. 3. Marc Ferrez & Filhos. I. Santos, Suzy dos. II. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Escola de Comunicação. III. Título.

CDD: 791.430981



**ATA DA SESSÃO PÚBLICA DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO
APRESENTADA POR WILLIAM NUNES CONDÉ NA ESCOLA DE
COMUNICAÇÃO DA UFRJ**

Aos trinta dias do mês de março de dois mil e doze, às quinze horas, na sala 142 da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, foi apresentada a dissertação de mestrado de William Nunes Condé, intitulada: "**Marc Ferrez & Filhos: comércio, distribuição e exibição nos primórdios do cinema brasileiro**", perante a banca examinadora composta por: Suzy dos Santos [orientador(a) e presidente], Arthur Autran Franco de Sá Neto e Rafael de Luna Freire. Tendo o(a) candidato(a) respondido a contento todas as perguntas, foi sua dissertação:

aprovada reprovada aprovada mediante alterações

E, para constar, eu Jorgina da Silva Costa lavrei a presente, que segue por mim datada e assinada pelos membros da banca examinadora e pelo(a) candidato(a) ao título de Mestre em Comunicação e Cultura.

Rio de Janeiro, 30 de março de 2012.

Suzy dos Santos [orientador(a) e presidente]

Arthur Autran Franco de Sá Neto [examinador(a)]

Rafael de Luna Freire [examinador(a)]

William Nunes Condé [candidato(a)]

AGRADECIMENTOS

À minha família pelo apoio, cuidado e suporte com que sempre se preocupou em me cercar em todos os momentos e situações que a vida apresentou.

À minha orientadora, Prof^a Dr^a Suzy dos Santos, pelo incentivo à pesquisa e pela maneira sempre gentil e afetuosa em que agiu em todos os momentos durante o curso do mestrado.

Aos membros da minha banca de qualificação, que através dos seus questionamentos e sugestões contribuíram de forma decisiva para o amadurecimento e enriquecimento da pesquisa: Prof. Dr. Arthur Autran Franco de Sá Neto e Dr. Rafael de Luna Freire.

Ao Dr. Rafael de Luna Freire, novamente, pela indicação da tabela de conversão de medidas de metros/pés de filmes em minutos de projeção.

Ao Hernani Heffner, pelas indicações de leituras, ajudas múltiplas, conversas, informações compartilhadas ao longo de vários anos, assim como pela constante inspiração para continuar atuando de diferentes formas nessa difícil área do cinema brasileiro.

À Helena Ferrez, pela presteza com que me atendeu em relação ao acesso a alguns documentos do arquivo de sua família.

Aos funcionários do Arquivo Nacional, da Biblioteca Nacional e da biblioteca da Cinemateca Brasileira pela ajuda prestada e pelo atencioso tratamento recebido.

A CAPES, pela bolsa que me foi concedida, proporcionando uma maior dedicação a esse trabalho.

RESUMO

Marc Ferrez nasceu no Rio de Janeiro em 1843. Seu trabalho como fotógrafo é bastante conhecido e sobre o assunto já foram publicadas várias obras. Mas, além da atividade fotográfica, Marc e sua família também desempenharam uma forte e influente atuação na área cinematográfica. Esta, muito menos conhecida e estudada. E, mesmo quando estudada, a ênfase quase sempre recai sobre a participação de Júlio Ferrez (filho de Marc) na produção de alguns filmes, em especial dos chamados “cantantes” e dos “filmes criminais”. Entretanto, essa atividade de produção sempre foi secundária dentre as atividades cinematográficas dos Ferrez, sendo a distribuição, a exibição e a venda de equipamentos o foco principal da relação da família com o cinema. Assim, repete-se aqui, uma tendência da historiografia cinematográfica brasileira de se enfatizar a produção, em detrimento das outras áreas do cinema. A proposta dessa dissertação é analisar a atuação da *Marc Ferrez & Filhos* (empresa da família Ferrez) entre os anos 1905 e 1912 no ramo cinematográfico, focando justamente naquelas áreas onde a empresa teve maior atuação.

Palavras-chave: Marc Ferrez & Filhos; Pahté Frères; primórdios do cinema brasileiro; distribuição cinematográfica; exibição cinematográfica.

ABSTRACT

Marc Ferrez was born in Rio de Janeiro in 1843. His work as a photographer is well known, and several works have already been published on the subject. But beyond the photographic activity, Marc and his family also played a strong and influential role in the cinema field. This role is much less known and studied. And even when studied, the emphasis often falls on the contribution of Julio Ferrez (Marc's son) in the production of some films, especially the so-called "singing" and "criminal films". However, the production of films has always been secondary among the cinematographic activities of the Ferrez family. Their main activity in this field was the distribution, exhibition and sale of equipment. Thus, we see here again a tendency in the historiography of cinema in Brazil: the emphasis on production, at the expense of other areas of the cinema. The purpose of this dissertation is to analyze the performance of *Marc Ferrez & Filhos* (the Ferrez family company) between the years 1905 and 1912 in the movie business, focusing precisely on those areas where the company had its main activities.

Key-words: Marc Ferrez & Filhos; Pahté Frères; early brazilian cinema; film distribution; cinema exhibition.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	6
1. A FAMÍLIA FERREZ E OS PRIMEIROS ANOS DE DESENVOLVIMENTO DO CINEMA NO BRASIL.....	12
1.1 O fotógrafo Marc Ferrez e a constituição de sua empresa.....	12
1.2 Primeiros desenvolvimentos do cinema no Brasil e o papel dos Ferrez nesse processo.....	16
2. OS PRIMÓDIOS DO MERCADO CINEMATOGRAFICO MUNDIAL E SEUS PRINCIPAIS AGENTES.....	25
2.1 Edison e os Lumière.....	25
2.2 Pathé Frères e sua relação com a MF&F.....	27
2.3 Tarifas aduaneiras - contexto e relação com o mercado cinematográfico:...	58
2.4 Contrato realizado entre a MF&F e a Pathé Frères em 1912.....	66
3. OS PRIMEIROS CONTRATOS DOS FERREZ COMO REPRESENTANTES DA PATHÉ FRÈRES.....	69
3.1 Sociedades entre os próprios Ferrez.....	70
3.2 Negócios com Christovão William Auler.....	72
3.3 Contrato com Paschoal Segretto.....	76
3.4 Jácomo Rosário Staffa.....	78
3.5 Contratos com outros exibidores.....	85
4. AGENTES DA MARC FERREZ & FILHOS EM OUTROS ESTADOS.....	97
4.1 Francisco Serrador e o desenvolvimento do cinema em São Paulo e Paraná.....	98
4.2 Hirtz & Irmão - o cinema no Rio Grande do Sul.....	102
4.3 José Tous Rocca e o desenvolvimento do cinema no Norte e Nordeste.....	106
4.4 Teixeira, Martins & Cia.....	124
4.5 Outros representantes.....	125
4.6 Considerações sobre a transição do sistema de venda para o sistema de aluguel de filmes.....	127
CONCLUSÃO.....	134
REFERÊNCIAS.....	141

ANEXOS

ANEXO 1: Trexos do catálogo da casa <i>Marc Ferrez</i> editado em 1905, referentes a produtos relacionados à produção de luz oxietérica e a cinema.....	147
ANEXO 2: Logotipos da Pathé Frères.....	152
ANEXO 3: Propostas apresentadas à Pathé pelos Ferrez para contornar a crise instaurada com o aumento das tarifas aduaneiras em 1912.....	154
ANEXO 4: Memorando enviado pelos distribuidores nacionais às autoridades brasileiras em 15 de janeiro de 1912, sobre os aumentos dos impostos de importação relativos aos filmes.....	158

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: Volume de negócios da Pathé entre 1898 e 1907.....	30
FIGURA 2: Departamentos e países divididos pelas sociedades concessionárias da Pathé.....	35

INTRODUÇÃO:

Tradicionalmente os estudos sobre cinema se focaram nos filmes. Segundo Robert. C. Allen (1990), a história do cinema feita até os anos 1980 seria basicamente a história dos filmes e da sua produção. E estudar a história do cinema significava realizar análise textual dos filmes. Mas a história que era considerada nem sequer incluía todos os filmes. Incluía apenas aqueles que pudessem ser considerados como “arte”. E mesmo com a adoção de novas teorias que faziam frente a essa visão, como a “teoria do autor”, a situação não teria se modificado de forma significativa, tendo sido alterado basicamente o *corpus* de filmes a ser analisado. Mas, ainda assim, a análise textual dos filmes teria continuado a eclipsar qualquer outro tipo de abordagem nos estudos do cinema. Assim, aponta Allen, quem se voltasse para análises de questões não concernentes ao texto fílmico, como análises da estrutura econômica, da organização do trabalho, da tecnologia, ou da recepção dos filmes era desqualificado como “empiricista”.

Contudo, segundo Allen, nos últimos anos outras áreas do cinema passaram a ser acrescentadas ao rol de estudos no campo do cinema. Começou-se a reconhecer a importância dessas outras áreas para o desenvolvimento da própria produção e para a indústria cinematográfica como um todo. Conforme Sheila Schvarzman (2006), essas mudanças foram influenciadas por dois fatores, ou dois movimentos simultâneos. Por um lado os pesquisadores da área de cinema começaram a se interessar mais pelas questões metodológicas e teóricas, em especial àquelas concernentes à disciplina da História, que passava por grandes mudanças no final dos anos 1970 com os questionamentos dos Annales e o estabelecimento da *Nouvelle Histoire*. Por outro, os historiadores, também influenciados pelas mudanças trazidas com os Annales, passaram a abarcar uma gama de objetos cada vez mais ampla. E, assim, deixaram de ver o cinema como um mero divertimento popular, construtor de mundos fictícios e escapistas, e passaram a vê-lo como lugar de representação, de projeção do imaginário, de práticas sociais e sensibilidades:

Nos anos 1970, com as mudanças operadas na historiografia a partir da *Nouvelle Histoire*, das contribuições de Michel Foucault questionando as ordens do saber e do poder - não mais vistas como rígidas, centradas e hierarquizadas entre o poder e o não poder, mas ciente de que o poder se espalha pelo social e tem relação direta com o saber, de Levi-Strauss, Roland Barthes e a antropologia, a História tem ampliado e mudado o seu escopo, de tal forma que não só o Cinema é assimilado como objeto, fonte e lugar de

construção de significações históricas – (que vem ocorrendo com regularidade nos últimos 30 anos), mas também como prática, a partir das questões postas à História (SCHVARZMAN, 2006)

Num primeiro momento, os historiadores se voltaram para o cinema como uma fonte histórica, se restringindo por isso ao estudo dos filmes. Contudo, logo em seguida, com o desenvolvimento da História Cultural, começou-se a apontar para o cinema como um fenômeno bem mais amplo. Ou seja, as pesquisas começaram a se voltar para além dos filmes e do seu conteúdo, voltando-se também para outras de suas dimensões, como a sua economia, sua tecnologia e seus aspectos sociológicos. Mas o interesse pelo cinema como fenômeno mais amplo não se limitou apenas aos historiadores. Sociólogos, antropólogos e outros pesquisadores, principalmente aqueles envolvidos com estudos culturais e estudos sobre comunicação e mídia, também passaram a se debruçar sobre as várias facetas do cinema.

Conforme apontado por Schvarzman, são desse mesmo momento, de emergência de mudanças nas pesquisas sobre cinema, as análises historiográficas de Douglas Gomery e Robert Allen (*Film History* – 1985), e de Michele Lagny (*L'histoire du cinema: méthodes historique et histoire du cinema* – 1992). Obras que buscavam refletir sobre a história do cinema que se fazia até então, se detendo com especial atenção sobre questões teóricas e metodológicas. Aqui no Brasil essa mesma postura se expressou através das obras *Cinema Brasileiro: Propostas para uma História* (1979) e *Historiografia Clássica do Cinema Brasileiro* (1995), ambas de Jean-Claude Bernardet.

Nessas obras, Bernardet aponta que, ainda mais do que nos Estados Unidos ou na Europa, os estudos sobre cinema no Brasil centravam-se, em sua maior parte, nas questões de produção, dando-se muito menos ênfase às questões de exibição, distribuição e recepção dos filmes. Bernardet coloca bem o problema ao comparar as diferenças de concepção em relação a uma data inaugural do cinema na França e no Brasil. Enquanto para Georges Sadoul (historiador francês) e seus seguidores, o nascimento do cinema é uma sessão pública e paga, ou seja, uma exibição comercial, para os brasileiros o nascimento do cinema é marcado por uma filmagem, geralmente aquela feita por Afonso Segretto em 1898, quando de regresso da Europa¹:

¹ Existe alguma controvérsia em torno dessa data. Durante algum tempo se acreditou que a primeira filmagem tinha sido feita por Antônio Leal. E ainda se discute se quem teria “iniciado o cinema no

A escolha de uma filmagem como marco inaugural do cinema brasileiro, ao invés de uma projeção pública, não é ocasional: é uma profissão de fé ideológica. Com tal opção, os historiadores privilegiam a produção, em detrimento da exibição e do contato com o público. Pode se ver aqui uma reação contra o mercado: à ocupação do mercado, respondemos falando das coisas nossas. E não é difícil perceber que esta data está investida pela visão corporativa que os cineastas brasileiros têm de si mesmos, e por uma filosofia que entende o cinema como sendo essencialmente a realização de filmes. (BERNARDET, 1995, p.26-27)

As primeiras obras dessa historiografia teriam construindo uma história panteão, de cunho factual e evolucionista (através da comparação do desenvolvimento do cinema com o desenvolvimento biológico). E assim como no caso norte-americano, também não era a produção inteira que era levada em consideração, mas apenas determinado tipo de filme. Essa visão pode ser encontrada, por exemplo, em *Introdução ao Cinema Brasileiro*: livro de Alex Vianny publicado pela primeira vez em 1959.

Até certo ponto, essa visão também pode ser considerada herdeira das colocações expressas desde o final da década de 1920 pela revista *Cinearte*² (a primeira revista cinematográfica a fazer sistemáticas campanhas em prol da implementação de uma indústria cinematográfica brasileira): o “verdadeiro” cinema não era aquele feito em bases artesanais, improvisadas; nem mesmo aquele constituído por cinejornais ou documentários de encomenda. Nos textos da revista, essa produção foi nitidamente rechaçada ou ignorada, apesar de constituir a maior parte da produção cinematográfica feita no país até aquele momento, tendo servido de base para o sustento dos que trabalhavam na área e proporcionado fundos para a realização dos filmes de ficção. Mas a diferença estava no fato de que Vianny não chegava a desprezar a produção artesanal. Na verdade ele defendia esse cinema, tendo como objetivo que ele se desenvolvesse e culminasse por se industrializar.

De qualquer forma, segundo Schvarzman, essa visão negativa sobre a atividade cinematográfica artesanal só iria começar a se alterar de forma significativa no final dos

Brasil” não teria sido Vittorio Di Maio, em Petrópolis. Mas, seja como for, a data inaugural sempre gira em torno de uma filmagem.

² A revista *Cinearte* foi fundada em 1926. Desde cedo reservou entre suas páginas algum espaço para a divulgação e o debate sobre a produção brasileira de filmes. Mas seria principalmente a partir de 1935, através da “Campanha *Cinearte* pelo Cinema Brasileiro”, que a revista iria se lançar mais fortemente em defesa da produção de filmes no país. Contudo, essa defesa não seria por qualquer tipo de filme, mas principalmente por filmes de ficção de “qualidade”. Sendo que o modelo que servia de parâmetro para essa “qualidade” era justamente o modelo do cinema hegemônico. Ou seja, do cinema norte-americano.

anos 1960, com os trabalhos de Paulo Emílio de Salles Gomes e de Maria Rita Galvão, que passaram a valorizar a atividade dos “cavadores” e a analisar um rol mais amplo de dimensões da atividade cinematográfica no Brasil³. Mas nessa época, o viés nacionalista, já contido nas primeiras histórias do cinema brasileiro, também se acirra e a crítica passa a ter um papel nitidamente político. Assim, a historiografia que se constrói nesse período passa a ter uma forte marca militante e nacionalista. Marca que, em grande medida, se manteria até hoje:

O campo cinematográfico é pensado de forma dual: entre ocupantes e ocupados. Desta forma, [...] o cinema se constitui como uma arma de resistência e revanche cultural, para exorcizar o ocupante. Assim, cada filme é algo que se arranca do inimigo, por isso, qualquer filme tem valor e é melhor do que o melhor filme estrangeiro como afirmava então Paulo Emílio Salles Gomes. (SCHVARZMAN, 2006)

José Inácio de Melo Souza afirma que, justamente por conta desse viés marcadamente militante e nacionalista, a história do cinema brasileiro teria sumariamente ignorado os espectadores e suas memórias. Pois essa memória, refletindo a situação de dominação do mercado interno, se constituía basicamente na memória dos filmes e estrelas estrangeiras.

Dessa forma, Bernardet afirmava que para aprofundar o conhecimento acerca do cinema no Brasil, seria fundamental o estudo dessas outras áreas que não somente a produção. Dentro desta concepção, mesmo para entender melhor a produção, torna-se importante um conhecimento mais aprofundado das demais áreas do cinema:

E para sair desse vaivém entre produção brasileira e produção estrangeira, precisamos sair da produção e penetrar na exibição: que filmes criminais estrangeiros teriam sido vistos no Brasil, pelos cineastas e pelo público? [...] É quase certo que o público brasileiro foi iniciado ao filme criminal antes do começo, no Brasil, de uma produção semelhante, e quase certo também que os realizadores desses filmes brasileiros tinham conhecimento do gênero policial internacional. Portanto, me parece difícil estudar a produção brasileira de filmes criminais sem passar pelo setor da exibição (BERNARDET, 1995, p.90)

³ Nesse sentido, podemos destacar o livro *Crônicas do Cinema Paulistano*, no qual Galvão empreende um resgate do cinema mudo através da realização de diversas entrevistas com muitos dos seus realizadores. Nesse trabalho, valoriza-se a figura do produtor artesanal e do “cavador” como aqueles que, em uma atitude de resistência ante a dominação quase completa do mercado nacional pelo filme estrangeiro, conseguiram manter algum tipo de produção cinematográfica no país por anos a fio.

O estudo da trajetória e da atuação desses diferentes agentes que atuaram na exibição e na distribuição cinematográfica possibilitaria um aprofundamento do conhecimento sobre a formação e o desenvolvimento do mercado cinematográfico brasileiro. Além disso, traria um entendimento mais aprofundado sobre a ocupação desse mercado pelas distribuidoras de filmes estrangeiros, e sobre os mecanismos de resistência encontrados pelos pequenos, médios e grandes distribuidores e exibidores locais, assim como pelos produtores brasileiros que procuravam exibir seus filmes. A compreensão dessas questões poderia assumir uma relevância ainda maior quando consideramos que a ocupação do mercado cinematográfico brasileiro persiste até hoje. Assim, um melhor entendimento de como se formou e se desenvolveu essa estrutura que beneficia o filme estrangeiro poderia ainda ser uma importante ferramenta política. Uma ferramenta que contribuiria para a superação deste estado de coisas.

André Gatti, em sua dissertação de mestrado, que versa sobre a distribuição de filmes nacionais, compara a situação dos estudos sobre esse setor no exterior e no Brasil, apontando as dificuldades de se empreender estudos sobre a distribuição de filmes no Brasil, dada a grande falta de sistematização de informações:

[...] tivemos a possibilidade de traçar um paralelo entre a bibliografia nacional e internacional, e percebemos o quanto nos encontramos defasados no que se refere a sistematização de informações, para realizar uma pesquisa científica no campo cinematográfico. [...] ao pretendermos estudar o funcionamento da distribuição em território brasileiro, percebemos que havia uma completa diluição das informações [...].

Um dos principais problemas que nos defrontamos para a realização deste trabalho, foi o fato de haver uma falta crônica de sistematização nos estudos da atividade industrial cinematográfica no Brasil. Os poucos estudos relevantes disponíveis, remetem-se ao período de 1930 a 1950, com obras de autores como Paulo Emílio Salles Gomes, Afrânio Mendes Catani, Anita Simis, Maria Rita Galvão, Jean Claude Bernardet, entre outros, que constituíram um dos alicerces do trabalho, a exceção feita ao trabalho de Randall Johnson, que privilegia uma visão histórico-econômica do cinema brasileiro, em toda a sua existência. (GATTI, 1999, p.3)

Através dessa dissertação pretendemos contribuir para minimizar essa lacuna, através do estudo da atuação da firma *Marc Ferrez & Filhos* (MF&F) entre os anos 1905 (data em que a firma começa a atuar mais fortemente no campo cinematográfico) e 1912 (data em que a MF&F é absorvida pela *Companhia Cinematográfica Brasileira*). Durante esse período, a *Marc Ferrez & Filho* esteve no cerne das transformações do mercado cinematográfico brasileiro, que saiu de um estado incipiente e fragmentário, e se consolidou como um forte e regular ramo dos espetáculos de diversões no país.

Apesar da MF&F também ter tido uma certa atuação na área da produção, essa sempre foi secundária dentre as atividades da empresa. Sua atuação no ramo cinematográfico sempre se concentrou no comércio de equipamentos, na exibição e na distribuição de filmes. Por isso a proposta dessa dissertação é focar justamente nessas últimas áreas.

No primeiro capítulo analisamos brevemente o início das atividades de Marc Ferrez como fotógrafo e a constituição de sua primeira empresa. Também analisamos em linhas gerais como se deu os primeiros anos do desenvolvimento do cinema no Brasil e o papel que a *Marc Ferrez & Filhos* teve nesse processo, através da distribuição regular de filmes e da venda de equipamentos cinematográficos.

No segundo capítulo discutimos a emergência do cinema no âmbito internacional e o papel de alguns de seus principais agentes. Entre esses, destacamos a atuação da Pathé Frères, tanto por ter sido essa a primeira companhia a trabalhar o cinema em moldes verdadeiramente industriais, quanto pela sua ligação direta com a MF&F (uma vez que, por volta de 1907-1908, esta se tornou representante exclusiva da firma francesa no Brasil). Procuramos, nesse capítulo, relacionar a maneira como os desenvolvimentos do mercado cinematográfico internacional repercutiam no Brasil. Também procuramos verificar em que contexto se elaboraram os primeiros dispositivos legais que regulavam a entrada de equipamentos e películas (virgens e impressas) no país e a repercussão dessas medidas para o mercado cinematográfico nacional.

No terceiro capítulo nos debruçamos sobre os primeiros contratos realizados pela Marc Ferrez & Filhos, já como representantes da Pathé Frères, com diversos exibidores. Principalmente através da análise da documentação do arquivo da Família Ferrez, procuramos identificar em que termos e condições esses contratos foram realizados. Também discutimos um pouco sobre a questão do significado de filme “novo” dependendo do ponto de vista de cada agente envolvido na negociação (MF&F e exibidores); assim como apresentamos uma estimativa da relação entre os custos e o público necessário para que os exibidores recuperassem os investimentos feitos com o aluguel dos filmes.

No quarto capítulo, voltamos nossa atenção para o estabelecimento de representantes da MF&F em diversos estados e regiões do Brasil. Discorreremos brevemente sobre a história de cada um desses representantes e procuramos elucidar, dentro dos limites permitidos pela documentação a que tivemos acesso, como se deu a

atuação desses agentes nos seus respectivos locais de representação. Assim como no terceiro capítulo, aqui também procuramos expor os termos e condições em que se deu cada representação. Procuramos ainda analisar algumas questões trazidas à tona através de discussões entre a MF&F e seus agentes, como, por exemplo, a possibilidade de outros empresários trazerem para o Brasil cópias de filmes da própria Pathé sem o consentimento dos seus representantes oficiais para o país.

1 A FAMÍLIA FERREZ E OS PRIMEIROS ANOS DE DESENVOLVIMENTO DO CINEMA NO BRASIL:

Antes de nos debruçarmos sobre o cerne da dissertação, a atuação da empresa *Marc Ferrez & Filhos* no mercado cinematográfico brasileiro, acreditamos ser oportuno tecer um breve histórico sobre a atuação de Marc Ferrez como fotógrafo e a constituição inicial de sua firma.

1.1 O fotógrafo Marc Ferrez e a constituição de sua empresa

Marc Ferrez nasceu no Rio de Janeiro em dezembro 1843. Ele era filho⁴ de franceses e vinha de uma família de escultores ilustres. Seu pai, Zéphérin Ferrez, veio para o Brasil em 1817, se juntou à Missão Artística Francesa e, a partir daí, ao círculo social que se formou em torno da Academia Imperial de Belas-Artes (TURAZZI, 2000, p.15). Em julho 1851 seus pais morreram, vítimas de uma doença que também levou alguns dos escravos e dos animais da casa. Marc, então com sete anos de idade, foi enviado à França, onde permaneceu sob os cuidados do escultor e gravador Alpheé Dubois.

A data do retorno de Marc ao Brasil e as suas primeiras atividades por aqui, assim como a sua aprendizagem no ofício da fotografia, encontram algumas divergências na bibliografia dedicada ao fotógrafo⁵. Mas ao que parece, Marc teria retornado ao Brasil entre 1859 e 1861. De volta ao Rio de Janeiro, teria começado a trabalhar no ateliê fotográfico da Casa Leuzinger.

⁴ Marc Ferrez era o caçula da família, composta por mais quatro irmãos: Francisca; Augustine; Isabelle e Maurice Ferrez. (BARROS, M., 2008, p.26)

⁵ Cf.: MORAES, 2010a.

Adquirida por Geroge Leuzinger, em 1840, a Casa Leuzinger trabalhava inicialmente como papelaria. Mas depois passou a trabalhar também com encadernações, litografia e a venda de álbuns e outras publicações ilustradas. E, na década de 1860, incorporou aos seus serviços a realização de fotografias, tornando-se uma referência na área:

Sérgio Burgi e Frank Kohl traçam um retrato do comerciante [Leuzinger]. [...] Ponto fundamental apontado pelos autores é que a casa Leuzinger não tinha como clientes principais a sociedade carioca, dedicando-se, em lugar disso, aos mercados editoriais europeu e norte-americano demandantes de fotos e imagens dos trópicos para ilustração de trabalhos científicos e pesquisas naturalistas [...]. É, aliás, por motivo do grande volume de encomendas que Leuzinger teria trazido da Alemanha o fotógrafo Albert Frisch, juntamente com seus dois filhos e seu genro Franz Kellner, incumbindo-os de realizar fotos e paisagens da Amazônia para expedições. (MORAES, 2010a, p.3)

Gilberto Ferrez (neto de Marc), que pesquisou e divulgou a obra do avô por mais de 40 anos, afirmava que este teria se especializado no ofício da fotografia sob a tutela de Kellner, no ateliê da Casa Leuzinger. Apesar de existir alguma discórdia quanto a esse ponto, a bibliografia existente é unânime ao afirmar que Marc Ferrez se tornaria nos anos seguintes um dos fotógrafos mais destacados do país:

[...] propõe Maria Inez Turazzi que Marc Ferrez teria se destacado como fotógrafo de barcos, atuando junto aos estaleiros imperiais, responsáveis pela construção de embarcações para a Guerra do Paraguai. A base para tal afirmação é o epíteto de *fotógrafo da Marinha Imperial* encontrado em alguns postais e cartões de Marc no final dos anos 1860 [...].

Seja como fotógrafo de vistas da Casa Leuzinger, seja como retratista da corte ou fotógrafo de navios, Marc chega aos anos 1870 como o mais importante profissional do ramo no Rio de Janeiro [...]. (MORAES, 2010a, p.4)

Além do sucesso como fotógrafo, em 1867 Marc teria aberto sua própria loja fotográfica, a casa *Marc Ferrez & Cia*. Essa primeira loja ficava situada na rua São José, número 96: o mesmo local anteriormente utilizado pelos fotógrafos Paulo Théodore, Revert Henry Klumb e Oscar Delaporte. Segundo Mariana Gonçalves Monteiro de Barros (2008, p.28), o local pertencia a Paul T. Robin e era dirigido por Klumb, e teria tido suas instalações reaproveitadas por Marc Ferrez, o que seria uma prática comum na época. Pois dessa forma os profissionais não precisavam arcar com os pesados custos da montagem de uma nova oficina fotográfica. Barros também aponta para as suspeitas dos pesquisadores Sergio Burgi e Frank Kohl de que Marc Ferrez

tenha trabalhado com Robin e Klumb nesse primeiro momento de sua atuação profissional como fotógrafo autônomo. Essa hipótese seria reforçada pelo fato de que os primeiros carimbos reproduzidos nos versos das imagens de Ferrez traziam a marca *Photographia Brasileira*, empresa pertencente a Robin e Klumb. E também pelo fato de que inicialmente o nome da empresa era *Marc Ferrez & Cia.* (o que sugere que haviam outros sócios além de Marc). Porém, alguns meses depois da sua fundação, a empresa teria seu nome alterado, passando a se chamar apenas *Marc Ferrez*. Estas foram as primeiras denominações de uma empresa que iria atravessar gerações, passando às mãos dos filhos de Marc (Júlio e Luciano Ferrez) e, posteriormente, de seus netos, mudando de nome mais algumas vezes ao longo do caminho.

Mas, além da atividade fotográfica, Marc e sua família também desempenharam uma forte atuação na área cinematográfica. Esta, muito menos conhecida e estudada. Desde a década de 1890, a casa *Marc Ferrez* já oferecia, além dos serviços de fotografia propriamente ditos, a venda de equipamentos fotográficos profissionais e amadores (TURAZZI, 2000). Logo no início dos anos 1870, Marc Ferrez já teria estreitado relações com fabricantes europeus e, ainda da década de 1880, “a lista de produtos trazidos ao Brasil por Marc [...] aponta relações da firma com comerciantes e grupos que, futuramente, encabeçarão os grandes conglomerados cinematográficos” (MORAES, 2010a, p.5). Entre esses comerciantes e grupos podemos apontar, por exemplo, os Lumière; a Gaumont e a Pathé Frères.

Segundo Alice Gonzaga, o envolvimento dos Ferrez com o cinema parece ter iniciado através do contato do patriarca da família com os irmãos Lumière. Tanto Marc quanto seu filho Júlio teriam assistido as primeiras exposições dos Lumière, nascendo aí o interesse dos dois pela “fotografia animada”. E, de fato, aos demais artigos comercializados pelos Ferrez, no início dos anos 1900 se somaram a venda de equipamentos cinematográficos:

De acordo com as confusas anotações de [Adhemar] Gonzaga para o depoimento de Luciano, seu pai começou por volta de 1902-3 a vender projetores associados a lanternas mágicas. Além disso, segundo Sérgio Barreto Filho, ‘bem antes de 1907’, Marc Ferrez desenvolvera algumas experiências de substituição da energia elétrica utilizada nos projetores por outra fonte, associada a lâmpadas oxietéricas (GONZAGA, 1996, p.73)

Em um catálogo da firma datado de 1905, podemos ver que a orientação da firma ainda era voltada prioritariamente para a venda de produtos fotográficos, mas já

aparecem nele anúncios de venda de equipamentos e de “vistas” cinematográficas⁶. Esse ano de 1905 também é emblemático para a relação dos Ferrez com o cinema por um outro motivo: é o ano em que eles se associam a Arnaldo Gomes de Souza no cinema montado por este no Passeio Público. O catálogo também permite assinalar para um outro fato importante: que entre o trabalho com a fotografia fixa e o início do trabalho com cinema, os Ferrez já vinham trabalhando com a comercialização de produtos ligados à lanterna mágica. Ou seja, já vinham trabalhando com aparatos ligados à projeção de imagens (fixas em um primeiro momento). E como veremos adiante, essa inter-relação entre a projeção de imagens fixas e “animadas” foi bastante importante nos primeiros anos do cinema, inclusive do ponto de vista comercial. Assim, o que houve foi uma transição relativamente gradativa entre os diferentes tipos de aparatos óticos comercializados pela firma.

Contudo, um pouco mais tarde (por volta de 1907-1908) os Ferrez também obteriam os direitos de representação da Pathé Frères para o Brasil. Desse momento em diante o cinema passaria a ter um peso bem mais significativo nas atividades da firma. Mas essa mudança nos rumos da empresa não teria importância apenas para os seus sócios; ela também exerceria uma influência considerável sobre a formação e o desenvolvimento do mercado cinematográfico brasileiro.

Apesar da firma também ter tido uma certa atuação na área da produção (principalmente através de Júlio Ferrez), o foco principal da pesquisa é a atuação da MF&F nas áreas de comércio de equipamentos, distribuição e exibição de filmes, uma vez que o cerne das atividades cinematográficas da firma se concentrou nestas áreas, e é essencialmente sobre elas que podemos descobrir através da principal fonte que será examinada: o arquivo da Família Ferrez.

Esse arquivo é constituído por cerca de 40 mil documentos de diversos tipos, entre os quais estão, por exemplo, relatórios de gestão; contratos para fornecimento de filmes; livros-caixa dos cinemas administrados pela família; cadernos de notas técnicas de Marc Ferrez referentes aos seus trabalhos de fotografia fixa; catálogos de equipamentos que eram vendidos pela empresa; cartas trocadas com vários clientes; e cartas trocadas ao longo de anos entre os membros da própria família, nas quais eles falam sobre diversos assuntos: tanto de natureza pessoal, quanto de natureza comercial

⁶ Arquivo Família Ferrez: FF-MF 1.0.7.1.

(seja no ramo da fotografia fixa, seja no ramo do cinema). Também compõem esse arquivo diversas fotografias feitas por Júlio e Luciano Ferrez, assim como por Gilberto Ferrez (filho de Júlio). Devido ao seu enorme volume e variedade de documentos, esse arquivo possui uma grande importância para diversas áreas do saber, mas em especial para a história da fotografia fixa e do cinema brasileiro. No caso desse último, objeto de estudo dessa dissertação, o arquivo é uma verdadeira preciosidade. Pois pouquíssimos documentos relativos às atividades das empresas atuantes nos primórdios do nosso cinema foram preservados. A maior parte do conhecimento que temos sobre esse período do cinema e das empresas que atuaram nesse setor advém de informações extraídas de jornais e outros periódicos da época, assim como de algumas entrevistas feitas anos mais tarde com alguns de seus agentes. Nesse sentido, o arquivo Família Ferrez assume uma importância ímpar para um melhor conhecimento da história do cinema brasileiro. Pois a partir dele podemos ter um raro acesso a um amplo rol de informações primárias sobre a atuação de uma das empresas de maior peso para a formação do mercado cinematográfico brasileiro.

Depois de serem conservados pela própria família por mais de 150 anos, todos esses documentos foram depositados no Arquivo Nacional (do Rio de Janeiro) em 2007. O arquivo encontra-se plenamente catalogado, o que facilita bastante as pesquisas dentro do seu acervo. Esse catálogo, com as descrições dos documentos do arquivo, pode ser atualmente acessado através do site do Arquivo Nacional.

1.2 Primeiros desenvolvimentos do cinema no Brasil e o papel dos Ferrez nesse processo

As primeiras notícias que temos sobre projeções cinematográficas no Brasil são de 1896⁷ (apenas meio ano após a “sessão inaugural” do Cinematógrafo Lumière). Mas, apesar do interesse do público pelo novo meio, pesquisadores (ARAÚJO, 1976; GOMES, 1980; GONZAGA, 1996; SOUZA, 2004) apontam que até 1907 não havia ainda no país um mercado minimamente estável de cinema. Alice Gonzaga afirma, por exemplo, que até 1905 existiam apenas seis salas de exibição em funcionamento no Rio de Janeiro (GONZAGA, 1996, p.337). Segundo a autora, nessa contagem só foram

⁷ Cf.: ARAÚJO, 1976.

consideradas salas comerciais e regulares. Contudo, não é especificado se eram salas especializadas ou híbridas. Mas sabemos que até aquele momento a maior parte das apresentações ainda eram feitas por ambulantes de passagem pela cidade. E que os filmes apresentados (mesmo nas salas fixas) eram, em geral, apenas uma das partes dos espetáculos, que misturavam teatro, curiosidades mecânicas, jogos de boliche, luta-livre, entre outras atrações.

De qualquer forma, 1907 é apontado como o ano em que acontece um *boom* no mercado cinematográfico carioca, e várias salas novas são abertas. Uma das causas apontadas para esse *boom* é a inauguração da estação hidrelétrica de Ribeirão das Lajes, ocorrida no mesmo ano (ARAÚJO, 1976; GOMES, 1980; MOURA, 1987). Com a nova estação, o fornecimento elétrico teria se regularizado, proporcionando melhores condições para a instalação de salas fixas de cinema. Entretanto, esse motivo é contestado por outros pesquisadores (GONZAGA, 1996; SOUZA, 2004), que o consideram insuficiente para explicar os motivos da suposta estagnação do mercado exibidor até aquele momento. Esses pesquisadores chamam a atenção para o fato de que era perfeitamente possível a projeção de filmes sem o uso de eletricidade, pois outras fontes de luz para a projeção (como por exemplo, as lâmpadas oxietéricas) estavam disponíveis para comercialização, inclusive no Brasil⁸. Outros possíveis fatores apontados, então, são as características urbanísticas da própria cidade e as dificuldades de obtenção de novos títulos por parte dos exibidores locais. Este último fator provavelmente foi um significativo obstáculo para o desenvolvimento do cinema no

⁸ A utilização de luz oxietérica, contudo, parece que não era tão simples, sendo mesmo bastante perigosa, conforme aponta Sílio Boccanera Júnior:

As projeções [cinematográficas], antes do emprego da luz elétrica, eram feitas, geralmente, por meio da luz oxietérica, sendo algumas vezes utilizadas a oxicalcica e oxietérica, de cuja explosão foi, aqui, vítima nosso pranteado conterrâneo.

FELICIANO DA RESSUREIÇÃO BAPTISTA

Às 9 horas da noite de 20 de outubro de 1904, nas oficinas de pianos de sua propriedade, à Rua Carlos Gomes, aos 52 anos de idade, deixando consternada a sociedade baiana, em cujo seio muito estimado era o operoso e honrado artista.

Fazia experiência definitiva, naquela fatal noite da luz oxietérica, para projeções cinematográficas.

Não satisfeito com a intensidade do foco luminoso, procurava uma pressão maior, calcando com a mão, para isso conseguir, o balão superior do depósito de oxigênio, que era de ferro. Ao retirar a mão, dá-se a explosão, que lhe rompeu o ventre, deixando os intestinos derramados.

Foram também feridos, na ocasião, por estilhaços do aparelho, o Sr. Antônio de Oliveira Brancão, seu filho José, e o Sr. Justiniano da Hora Dantas, que se achavam a pequena distância, assistindo, com outras pessoas, à experiência da luz oxietérica. (JÚNIOR, 2007, p.27-28)

Brasil em sua modalidade itinerante. Mas não parece ter sido o fator determinante para que demorasse algum tempo para que as salas fixas de cinema começassem a ser abertas. Pois não foi apenas no Rio de Janeiro, ou mesmo no Brasil, que o surgimento das salas fixas demorou para se desenvolver de forma mais extensiva. Esse período entre as primeiras exposições públicas de cinema, em 1895, e a explosão das salas fixas em torno de 1906-1908, se deu em diversos países; mesmo nos mais industrializados, como a Alemanha, a França e os EUA.

George Sadoul (1983a, p. 93) comenta que em 1902 o número total de lugares (assentos) dos cinemas fixos do mundo inteiro era menor do que o número do Gaumont Palace⁹. Ou seja, era menor do que 6.500 lugares. Mesmo nos Estados Unidos, o fenômeno dos *'nickelodeons'* só tomaria impulso maior a partir de 1907, sendo que os filmes também eram em sua maior parte importados (principalmente da França). Antes dessa data, o cinema se desenvolvia principalmente nas feiras e nos espetáculos ambulantes. Parece que somente após um período inicial de desenvolvimento nesses circuitos ambulantes e híbridos, se formou condições para que o cinema se afirmasse como um espetáculo autônomo, estável e duradouro; afastando as especulações de que seria apenas mais uma moda passageira, e proporcionando as condições para a produção de filmes em escala industrial. O que, por sua vez, possibilitou o abastecimento de um número cada vez maior de estabelecimentos voltados prioritariamente para a projeção cinematográfica.

Assim, ao contrário de representar uma estagnação do meio cinematográfico, o período itinerante e híbrido teria representado justamente uma pré-condição para o estabelecimento do novo meio de espetáculo como forma autônoma, para a formação de seu público e para, a partir daí, constituir-se uma base para o surgimento das salas fixas e especializadas em projeções cinematográficas. Como aponta muito bem a pesquisa feita por Alice Dubina Trusz em Porto Alegre, o cinema se inseriu rapidamente dentro do circuito de entretenimento que existia na cidade naquele momento, passando a fazer parte e a funcionar segundo as suas estruturas. Ou seja, foi a partir desse contato inicial e descontínuo, que o cinema formaria uma base, ou um público, que permitiria posteriormente a abertura das salas de cinema especializadas e fixas.

⁹ O Gaumont Palace começou a funcionar como cinema em 1907 e fechou suas portas nos anos 1970. Em seu momento áureo, o cinema chegou a ter cerca de 6.500 lugares.

Segundo a autora, entre 1896 e 1908 a exibição cinematográfica em Porto Alegre (cidade objeto de sua pesquisa) foi realizada por exibidores itinerantes e por temporada. Nesse período, o cinema teria sido exibido em Porto Alegre dentro de diferentes configurações, mistas e autônomas, em teatros e em salas especialmente montadas para as projeções. Esses diferentes tipos de exibição, sempre itinerantes e esporádicos, teriam se dado de forma simultânea (ou seja, os diferentes modos de exibição podiam ser encontrados na cidade ocorrendo ao mesmo tempo, em diferentes locais) e estariam totalmente de acordo com os modos de apresentação dos demais gêneros de diversões apresentados na cidade, como o teatro, o circo, as touradas, os concertos musicais, assim como da apresentação das companhias de variedades e daquelas especializadas em outros tipos de espetáculos de projeção, como as lanternas mágicas. Enquanto os espaços onde ocorriam essas apresentações (as salas de teatros, as arenas de touradas, etc.) eram muitas vezes fixos, os espetáculos e as companhias que se apresentavam na cidade tinham sempre um caráter temporário e esporádico:

Entre 1896 e 1908, a exibição cinematográfica em Porto Alegre foi realizada por exibidores itinerantes e por temporada, como aliás eram apresentados todos os outros gêneros de diversões na cidade, do teatro lírico e dramático às touradas, passando pelo circo e pelos concertos musicais. No entanto, vinculou-se uma idéia de caos à qualidade desta exibição e de impureza ou indefinição ao cinema como espetáculo. Tais percepções de cunho pejorativo, decorrentes do desconhecimento da história do período, contribuíram para endossar a concepção de que durante o mesmo a presença dos exibidores cinematográficos na cidade teria sido tão episódica e as projeções cinematográficas teriam estado tão confundidas com outros gêneros de diversões que mal se poderia dizer que o cinema da época era cinema como o conhecemos hoje ou que houvesse envolvido um público considerável por si mesmo. As salas sim teriam dado condições para a constituição do espetáculo cinematográfico e para a formação do seu público espectador.

Sem dúvida, o cinema naquela época não era como o conhecemos, mas ao contrário do que transparece na bibliografia ‘especializada’, o período foi marcado por uma intensa atividade exibidora e um crescente envolvimento do público com o cinema. Tanto pela experiência acumulada pelos exibidores na sua prática profissional e empresarial, quanto pelo público apreciador do novo gênero de imagens que estes atraíram e conquistaram, a fase da exibição itinerante foi a responsável pela criação das condições que permitiram a própria abertura das salas especializadas permanentes a partir de 1908. Este segundo ‘evento’, da mesma forma, ganha um outro significado quando confrontado com o fato de que também foram abertos estabelecimentos do gênero em Porto Alegre durante o período anterior, os quais funcionavam segundo o mesmo padrão de exibição. A diferença inicial mais evidente entre as salas especializadas anteriores e posteriores a 1908 é que as primeiras tinham duração temporária e as segundas foram abertas com pretensão de longa duração. (TRUSZ, 2008, p.15-16)

Assim como em Porto Alegre, e apesar das especificidades de cada lugar, podemos supor que um processo bastante semelhante tenha ocorrido nas demais cidades brasileiras. Mesmo naquelas mais ricas e culturalmente movimentadas, como o Rio de Janeiro. Nessa, apesar de já existir uma sala fixa com apresentações regulares de filmes – o *Salão Paris no Rio*¹⁰ – desde 1897, o *boom* de salas fixas prioritariamente voltadas para a exibição cinematográfica também só ocorreria a partir de 1907.

Alice Gonzaga comenta que nesse primeiro momento, de um cinema ambulante, o interesse principal dos importadores (ao menos aqui no Brasil) seria a venda dos equipamentos, uma vez que o fornecimento dos filmes ainda era feito de forma bastante irregular. No referido catálogo de 1905, os Ferrez já ofereciam esses equipamentos. E, no intuito de aumentar suas vendas eles também ofereciam aos interessados orientações sobre como montar e gerenciar uma sala ou um espetáculo de projeções. Chegavam a fornecer uma lista dos equipamentos e da quantidade mínima de “vistas” que seriam necessárias para iniciar um negócio nessa área. E se colocavam à disposição para oferecer maiores informações e mesmo plantas de instalações:

Não há ramo algum de exibição susceptível de dar maiores lucros do que a cinematographia e mediante pequeno emprego de capital, pode-se montar uma empresa para exploração das cidades e centros do interior dos nossos Estados, empresa esta cujo capital será muitas vezes amortecido, si o operador conhecer bem os instrumentos e souber apresentar os aparelhos.

[...] Explicações detalhadas e modo de emprego são dadas e ensinados praticamente ao comprador, assim como photographias, desenhos e plantas de installações serão fornecidos sob pedido especial, indicando o comprador as condições em que vae trabalhar e limite de capital a empregar. [...] Sob pedido são remetidas com as plantas e desenhos de installações, as listas de fitas em stock bem como mensalmente receberse-á lista das novidades.¹¹

Como se pode verificar através desse catálogo, fica explícito que a firma já trabalhava não só com a venda de equipamentos cinematográficos, mas também com a venda de filmes. Contudo, ainda não há nenhuma propaganda da Pathé Frères. O próprio projetor recomendado como ideal é de uma marca que não podemos identificar,

¹⁰ Inaugurado em 1897 com o nome *de Salão de Novidades*, essa casa de divertimentos (que mantinha constantes projeções de filmes, mas também apresentava outras atrações ou novidades, como o próprio nome expressava), logo mudaria de nome, passando a se chamar *Salão Paris no Rio*. O salão havia sido aberto através de uma sociedade entre Paschoal Segreto e o Dr. José Roberto Cunha Salles. Mas, ainda no final daquele mesmo ano de 1897, o Dr. Cunha Salles dissolvia a sociedade com Segreto e este último passava a ser o único proprietário do estabelecimento.

¹¹ Arquivo Família Ferrez: FF-MF 1.0.7.1 / pg. 54-55. Catálogo de equipamentos, acessórios e insumos fotográficos e cinematográficos editado pela Casa Marc Ferrez, em 1905.

pois os Ferrez o chamam pela alcunha de *Eureka*¹². Tais circunstâncias nos levam a considerar que há época da edição do catálogo a Marc Ferrez & Filhos ainda não tinha obtido a exclusividade de representação da firma francesa. Junto ao anúncio das “fitas de cinematographo”, o catálogo também oferecia a venda de “vistas fixas”, que poderiam ser usadas com esse mesmo projetor e deveriam servir para proporcionar um descanso à vista dos expectadores entre uma sessão de cinematografia e outra:

Apenas forneço um modelo de cinematographo, que é o que maiores vantagens apresenta para o trabalho geral sob o nosso clima, modelo este garantido por espaço de tres annos, livre de qualquer concerto. É o typo que chamaremos – Eureka e que é constituído por uma lanterna forte munida de condensadores e objectiva dupla, adaptada a um Chronophotoscopia Demeny. As duas peças são adaptadas de tal forma uma á outra que o operador pode substituir instantaneamente a projecção fixa á animada e vice-versa, realisando assim dous gêneros de exhibição com um só aparelho. Este dispositivo é incontestavelmente vantajoso, porquanto permite realisar grande economia de fitas cinematographicas e também deixa a vista dos expectadores descançar de uma projecção animada muito longa.¹³

Vale lembrar que nesses primórdios do cinema as projeções sofriam de diversos problemas, como a flicagem (ou imagem tremeluzente), que tornavam a experiência das platéias um tanto extenuante. Alice Gonzaga (1996, p.25) aponta esse, inclusive, como mais um dos empecilhos para o desenvolvimento do cinema nos primeiros anos. Pois devido à flicagem, as platéias só agüentariam assistir aos filmes por períodos relativamente curtos.

Segundo Trusz, duas das características mais valorizadas nos espetáculos do final do século XIX e início do século XX eram a atualidade e a diversidade das apresentações. A projeção de vistas fixas, também era uma vantagem nesse sentido. Pois acrescentava variedade no tipo de imagem que compunha os programas (imagens em movimento + imagens fixas), assim como, geralmente, contribuía para a questão da atualidade. Pois, ao serem mais baratas, era também mais fácil renovar o estoque de vistas fixas do que o de filmes. Elas também facilitavam a apresentação de temas locais, pois, da mesma forma, era mais fácil e barato produzir e projetar uma fotografia ou uma pintura de um assunto ou personalidade local do que efetuar a realização de um filme. Conforme citado por Trusz, Rick Altman aponta que:

¹² Esse projetor provavelmente recebeu tal nome por se constituir em uma espécie de “Frankenstein”. Quer dizer, por não ser formado inteiramente por peças de um único fabricante, mas se constituir em uma junção feita pela MF&F de aparelhos de várias marcas: conjunto ótico de uma marca, corpo de outra, fonte luminosa de uma terceira, etc. (FREIRE, 2012).

¹³ Arquivo Família Ferrez : FF-MF 1.0.7.1 / p. 54.

A prática foi uma constante entre 1897 e 1907, sendo lícito reconhecer que a manutenção das vistas fixas como imagens complementares e alternativas àquelas cinematográficas contribuiu significativamente para a autonomização do cinema como novo gênero espetacular, na medida em que permitiu estender e diversificar os espetáculos exclusivamente de projeções dando condições para a sua especialização.

A incorporação das vistas fixas pelos exibidores cinematográficos itinerantes pode ser explicada pela conjugação de diferentes fatores, de ordem técnica, prática e sensível [acrescentaríamos aqui também, a ordem econômica]. O primeiro aspecto diz respeito à bifuncionalidade dos aparelhos projetores empregados na primeira década do cinema, característica que foi apropriada e empregada como uma possibilidade de incremento dos espetáculos de projeções pela via da diversidade, tão valorizada na época. A característica originária da fabricação e não da adaptação do dispositivo pelos exibidores, facilitava a alternância constante entre a projeção das placas de vidro e dos filmes flexíveis (ALTMAN, 2005:90-1)¹⁴. Em Porto Alegre, raros exibidores empregaram dois aparelhos distintos para projetar os dois gêneros de imagens. A grande maioria parece ter utilizado um único aparelho bifuncional, traço que também foi observado pelo historiador Rick Altman no contexto norte-americano do mesmo período.

Nos Estados Unidos, esta dupla função respondia à necessidade de dar continuidade ao espetáculo e camuflar a demora na troca de filmes. No caso de Porto Alegre, porém, o que se depreende dos comentários da imprensa é que as vistas fixas não foram oferecidas pelos exibidores ou percebidas pelo público como uma deficiência ou uma causalidade, mas como um atrativo extra dos programas, que conferiam maior liberdade de opções em relação ao gênero e à qualidade formal e estética das imagens projetadas, enriquecendo os espetáculos dos pontos de vista perceptivo e cognitivo.

A interpretação do historiador norte-americano parece não se adequar ao contexto local, onde os programas dos espetáculos eram organizados de modo a manter separados os conjuntos de vistas pela sua natureza tipológica, fixa ou animada, chegando-se mesmo a intercalar cada troca de conjunto com um intervalo ou uma outra atração, musical, por exemplo. De resto, tanto as vistas fixas quanto as animadas foram muito aplaudidas pelos espectadores locais, sendo ambas objeto de pedido de bis, isto é, reprise. (TRUSZ, 2010, p.114-115)

Além disso, as vistas fixas representavam a continuidade de uma modalidade de espetáculo à qual os espectadores já estavam habituados e apreciavam: a modalidade das projeções de Lanterna Mágica. Conforme a análise de Trusz em Porto Alegre, mesmo após a introdução do cinema, os espetáculos de Lanterna Mágica continuaram a existir, seja de forma mista (ou seja, junto com o cinema), ou de forma autônoma. Esse estado de coisas durou pelo menos até 1907, data em que ainda era bastante comum a apresentação mista de vistas “animadas” e “fixas” em Porto Alegre (TRUSZ, 2008, p.403). Mas se por um lado essa última modalidade de projeção, a partir desse

¹⁴ ALTMAN, Rick. Quelques idées reçues sur le son du cinéma muet qu'on ne saurait plus tenir. In: PISANO, Giusy e POZNER, Valérie. (Org.) **Le muet a la parole. Cinéma et performances à l'aube du XX siècle**. Paris: AFRHC, 2005. p. 81-99. apud TRUSZ, 2010. p. 114.

momento, começava a desaparecer do circuito de espetáculos públicos; por outro, ela passava a se tornar cada vez mais corriqueira como modalidade de projeção caseira. As lojas especializadas passaram a vender esses aparelhos como uma espécie de brinquedo caseiro. E, dessa forma, a projeção de imagens fixas foi deixando o espaço público para adentrar cada vez mais no espaço privado.

Para facilitar a compra de equipamentos, acessórios e filmes, assim como para estimular o crescimento dessa área, o catálogo da MF&F listava os itens necessários para se iniciar um negócio de exibição cinematográfica em salas de até 15 metros de recuo. Tal lista consistia nos seguintes aparelhos e materiais:

Um projetor Eureka completo	600\$000
Um oxygerador.....	200\$000
Um saturador (usado na produção de luz oxy-etherica).....	100\$000
Demais materiais para a produção da luz ¹⁵	cerca de 11\$000
Fitas cinematográficas com 20, 30, 40 metros (mínimo de 300 metros).....	2\$500
(por metro)	
Vistas fixas, dúzia.....	18\$000
Vistas fixas coloridas	24\$000

TOTAL (incluindo 300 metros de fitas cinematográficas):.....	1.703\$000

Ou seja, nessa sugestão apresentada no catálogo eram necessários um pouco menos de dois contos de réis para se iniciar o negócio. É claro que depois ainda seria necessário continuar comprando novos filmes e material para a fabricação da luz oxy-etherica¹⁶. É difícil estimar a quantidade de filmes vendida pelos Ferrez para cada novo cliente, mas pelo preço do metro de filme e considerando que 300 metros era o mínimo para a realização de uma única sessão, parece que na verdade, já nesse momento a venda dos filmes tinha um peso bastante grande ante a venda dos aparelhos. Afinal somente esse mínimo de 300 metros já saía por 750\$000: mais caro do que o próprio projetor. Sendo que esses 300 metros seriam suficiente apenas para cerca de 17 minutos de projeção (se considerarmos uma projeção a 16 qps).¹⁷

¹⁵ Conferir catálogo, no anexo 1.

¹⁶ Esse aparelho era apresentado como tendo a vantagem de produzir luz em qualquer lugar. Ou seja, tratava-se de uma espécie de gerador de luz portátil. Portando, adequado para a projeção itinerante, que ainda era a tônica naquele momento.

¹⁷ A relação entre a metragem dos filmes, a velocidade de projeção, e a duração da mesma, foi tirada da tabela apresentada no livro *Silent cinema: an introduction* (2003), de Paolo Cherchi Usai. Agradeço a informação sobre a existência dessa tabela a Rafael de Luna Freire.

Talvez daí tenha surgido o interesse em concentrar, nos anos seguintes, as atividades da firma na comercialização dos filmes. O que de fato parece ter acontecido primeiro através da referida associação dos Ferrez com Arnaldo Gomes de Souza no cinema do Passeio Público (no Centro do Rio de Janeiro) e depois, de forma mais efetiva, com a celebração do contrato de representação exclusiva dos produtos da Pathé Frères para o Brasil. A partir da obtenção dessa representação os Ferrez (que a essa altura já tinham alterado o nome de sua firma para Marc Ferrez & Filhos) passam a ter uma atuação bastante expressiva no ramo cinematográfico. Alguns pesquisadores (GONZAGA, 1996; GATTI, 1999; SOUZA, 2004) apontam a sua atuação, através da distribuição de filmes e venda de projetores, juntamente com os fatores citados anteriormente (a inauguração da estação hidrelétrica de Ribeirão das Lajes, a modernização da cidade e a abertura da Avenida Central), como de grande relevância para o *boom* do mercado cinematográfico carioca, que se sucedeu a partir de 1907. Mas essa relevância foi além da cidade do Rio de Janeiro, uma vez que a atuação da MF&F se exerceu do Norte ao Sul do país, mesmo antes de sua incorporação à CCB.

Como dissemos, o presente trabalho visa, através da análise da trajetória e da atuação da firma Marc Ferrez & Filhos, ampliar o entendimento sobre o desenvolvimento dos primórdios do mercado cinematográfico no Brasil. Mas, para tanto, acreditamos ser vital relacionar os desenvolvimentos ocorridos no país com aqueles ocorridos no exterior, principalmente na Europa (especialmente na França). Pois, como os rumos do mercado nacional sempre estiveram bastante atrelados aos desenvolvimentos ocorridos no exterior, torna-se imprescindível entender os rumos do cinema nesses países para que possamos entender a formação e o desenvolvimento do nosso próprio mercado, suas repercussões culturais e políticas. Podemos dizer, por exemplo, que através dos seus representantes brasileiros, a Pathé Frères também teve um papel bastante destacado na formação desse incipiente mercado cinematográfico brasileiro. Assim, torna-se extremamente relevante analisar o desenvolvimento do mercado francês nesse período inicial, assim como o crescimento da Pathé Frères e sua atuação, tanto em seu próprio mercado, como no mercado externo, o que viria a afetar o mercado brasileiro diretamente.

2 OS PRIMÓRDIOS DO MERCADO CINEMATOGRAFICO MUNDIAL E SEUS PRINCIPAIS AGENTES:

Segundo André Piero Gatti (1999, p.20), o desenvolvimento do mercado cinematográfico se iniciou principalmente a partir da atuação de três empresas: a empresa de Edison, a empresa dos irmãos Lumière e a Pathé Frères. Essas três firmas teriam desenvolvido os primeiros sistemas de produção, exibição e distribuição. Além disso, vale lembrar que todas essas empresas também vendiam equipamentos cinematográficos. E durante um período de cerca de dezoito anos, entre 1896 e 1914, elas teriam tido uma imensa parcela de participação na indústria cinematográfica mundial, em todos os seus setores. Teriam ainda, como característica comum, uma atuação quase sempre verticalizada. Atuando como pilares dessa nascente indústria, teriam ditado os seus rumos nesses primórdios de tal forma que poderíamos sentir ainda hoje os ecos da atuação delas na configuração do mercado cinematográfico contemporâneo.

2.1 Edison e os Lumière:

Segundo Gatti, tanto o grupo de Edison, quanto o dos irmãos Lumière desenvolveram os primeiros modelos de sistemas industriais de produção e comercialização de filmes. Sistemas que continham semelhanças entre si, mas também grandes diferenças. A semelhança principal estaria no fato dos dois grupos terem pretendido obter um controle hegemônico da atividade cinematográfica em todos os seus níveis. Já as principais diferenças estariam nas maneiras em que os dois grupos operaram para tentar atingir esse objetivo. Enquanto Edison adotava um sistema corporativo, de produção moderna e em larga escala, os irmãos Lumière teriam adotado o que Gatti chama de “modelo francês”. Ou seja, um modelo de empresa familiar, que zelava por um preciosismo quase artesanal:

Edison primeiro compreendeu o cinema como um artefato produzido dentro dos modos racionais de produção capitalista do seu período. Ou seja, para se produzir um filme, o produto, era necessário uma unidade fabril, o estúdio [cinematográfico] Black Maria. Algum tempo depois, os filmes produzidos pela Edison Company teriam distribuição operada através de agentes e ou representantes que pagavam uma alta quantia para que pudessem comercializar os produtos da Edison Manufacturing Company. Esse

esquema funcionava como uma espécie de adiantamento de dinheiro, através da compra da representação, além do direito de uso da marca. Estes representantes passaram a ser os distribuidores, tanto dos filmes, quanto dos equipamentos cinematográficos. O sistema de exibição de Edison era o que se chama hoje de *peep-show*. (GATTI, 1999, p.21-22)

O sistema do *peep-show*, também conhecido como kinetoscópio, possibilitava a exibição de imagens em movimento apenas para uma pessoa de cada vez. Tratava-se de uma grande máquina, dentro da qual se desenrolava um filme de curta duração que era exibido em um visor. Ou seja, tratava-se de um sistema de exibição individual. Já os irmãos Lumière, teriam sido os pioneiros na exploração comercial do sistema de projeção coletiva. Com o sucesso dessas primeiras projeções, efetuadas a partir de 1895, os Lumière decidem explorar o novo meio de forma sistemática. E, para tanto, já em 1896, começaram a formar e enviar diversos cinegrafistas para fazer “vistas animadas” ao redor do mundo. Como coloca Flávia Cesarino Costa (2005, p.44), os Lumière tinham como alvo principal as feiras e vaudevilles, e ofereciam a esses um esquema bastante interessante. Pois lhes forneciam os projetores, os filmes e os operadores, que se encaixavam aos espetáculos locais. Além disso, o sucesso alcançado pelos Lumière também se deveu ao design de seus aparelhos. Pois, enquanto os aparelhos concorrentes que surgiram logo em seguida pesavam muito mais, o Cinematógrafo Lumière era bem mais leve, e ainda funcionava tanto como projetor, quanto como câmera de filmagem. Dessa forma, enquanto o Vitascópio de Edison¹⁸, por exemplo:

[...] pesava cerca de quinhentos quilos e precisava de eletricidade para funcionar, a máquina dos Lumière era ao mesmo tempo câmera e projetor, não utilizava luz elétrica e era acionada por manivela. Devido ao seu pouco peso, podia ser transportada facilmente e assim filmar assuntos mais interessantes que os de estúdio, encontrados nas paisagens urbanas e rurais, ao ar livre ou em locais de acesso complicado. Além disso, os operadores do Lumière atuavam também como cinegrafistas e multiplicavam as imagens do mundo para fazê-las figurarem nos seus catálogos. (COSTA, 2005, p.43)

Como bem coloca Gatti, enquanto, no início de suas atividades cinematográficas “Edison preferiu operar comercialmente com o sistema de venda direta de filmes e equipamentos, passando logo depois para venda através do sistema de representação por localidade, os Lumière adotaram um sistema de venda casada, inicialmente, onde ia a máquina, ia também um operador – de equipamentos e filmes [...]” (GATTI, 1999, p.20-21).

¹⁸ Observando o sucesso e os resultados econômicos do sistema dos Lumière, Edison logo tratou de desenvolver o Vitascópio: seu próprio aparelho de projeção coletiva.

Gatti, ainda acrescenta que é falsa a ideia de que os Lumière não encaravam o cinema como uma invenção de grande potencial comercial. Até porque eles tinham plena consciência do enorme sucesso que o kinetoscópio de Edison (que foi lançado em 1894) já tinha obtido nos Estados Unidos e mesmo na Europa:

Auguste e Louis seguramente tinham consciência de que havia um enorme potencial econômico no produto que tinham em mãos. Os irmãos sabiam que estavam vendendo, não uma simples novidade, uma mera engenhoca, mas sim um ‘hardware’, um aparato técnico de uma nova forma de espetáculo. No cinema, por várias razões, os seus inventores imaginavam explorar ‘*ad nauseum*’ esta possibilidade de grande e rápida fortuna. (GATTI, 1999, p.25)

Ou seja, apesar do sucesso e do interesse de outros empreendedores na compra de seus equipamentos, a princípio, os Lumière (diferente de Edison) se recusaram a vendê-los ou a explorá-los através da representação de terceiros. Pois, acreditando que a voga dos filmes teria vida efêmera (porém bastante lucrativa), pretendiam resguardar para si o monopólio da exploração do novo meio enquanto ele pudesse atrair o interesse do público. Diante da recusa dos Lumière, os demais interessados se utilizaram de aparelhos produzidos por outros fabricantes¹⁹ e desenvolveram uma produção de filmes em larga escala. Contudo, segundo Sadoul, essa produção só chegaria a uma escala realmente industrial com a Pathé Frères.

2.2 Pathé Frères e sua relação com a MF&F:

Conforme Laurent Le Forestier, após vários anos de empreendimentos fracassados, Charles Pathé começou a explorar o fonógrafo de Edison nas feiras itinerantes de Paris e arredores, por volta de 1894. Os lucros obtidos com a exploração do novo negócio foram bastante expressivos e permitiram que ele abrisse uma loja em Vincennes, onde Charles também começou a fabricar e vender uma contrafação do kinetoscópio de Edison, que não era protegido por patente na Europa. Em 1896, Charles teria se associado ao irmão Émile e, juntos, os dois teriam fundado a Pathé Frères. Segundo Richard Abel (2005, p.728), no final de 1897, eles conseguiram atrair um grande investidor, Claude-Agricol-Louis Grivolos, transformando a Pathé Frères em

¹⁹ Vale lembrar que apesar do Cinematógrafo Lumière se destacar por sua qualidade, várias outras pessoas e companhias vinham desenvolvendo dispositivos similares nesse momento. E, após o sucesso do Cinematógrafo Lumière, seu conceito foi amplamente copiado pelos concorrentes, como o britânico Robert William Paul, o norte-americano Thomas Alva Edison e mesmo a firma francesa Pathé Frères.

uma empresa do tipo sociedade anônima, com um capital de um milhão de francos. Sadoul (1983a, p.79) comenta que com essa sociedade, a Pathé Frères passava a ficar apoiada pela alta finança e pela grande indústria francesas.

A partir de então, Émile teria ficado responsável pela divisão de fonógrafos. Divisão que, segundo Abel, até 1900 correspondia a 90% dos lucros da empresa. Enquanto isso, Charles teria ficado responsável pela divisão de cinematografia, trabalhando com a resolução de problemas técnicos e de marketing relacionados às câmeras, projetores e películas de celulóide. Problemas que teriam levado à contratação de Pierre-Victor Contisouza e René Bünzli para o desenvolvimento de equipamentos relacionados a essa área.

Em realidade, as informações sobre a relação entre a Pathé Frères, Claude Grivolas e a empresa de Contisouza e Bünzli são um tanto desencontradas²⁰. O que podemos destacar de mais constante é a realização de algum tipo de ligação (seja por associação, absorção ou contratação) iniciada a partir de 1897-1900 entre a Pathé Frères, Claude Grivolas e a empresa de Contisouza e Bünzli; os quais passaram a produzir equipamentos cinematográficos (como câmeras, projetores, copiadoras, entre outros equipamentos de laboratório) para o novo grupo que se formava. Grupo que a partir de 1900, passou a adotar a denominação oficial de *Compagnie générale, de phonographes, cinématographes et appareils de precision*.²¹

Segundo Abel, Charles teria percebido rapidamente que a realização de filmes tinha um grande valor comercial, contratando por isso Ferdinand Zecca para lidar com sua produção em massa:

²⁰ Na própria *Encyclopedia of Early Cinema* os diferentes verbetes dão versões um tanto distintas sobre o assunto. Enquanto no verbete sobre a *Pathé Frères*, Richard Abel afirma que Contisouza e Bünzli foram **contratados** pela Pathé Frères para o desenvolvimento de equipamentos cinematográficos; Laurent Le Forestier afirma, no verbete sobre *Charles Pathé*, que a Pathé Frères havia se **fundido** à empresa de Contisouza e Bünzli em 1900, através da **mediação** de Claude Grivolas. Já no verbete sobre *Henri René Bünzli*, Laurent Mannoni afirma que em 1897 Grivolas teria **adquirido** a empresa de Contisouza e Bünzli, fundando a empresa *Manufacture française d'appareils de précisions*, a qual teria sido **absorvida** em 1900 pela Pathé Frères. Contudo, o próprio Laurent Mannoni afirma em outro verbete da enciclopédia, sobre *Pierre-Victor Contisouza*, que a empresa de Contisouza e Bünzli teria sido fundada em 1896, tendo seus equipamentos comercializados pela Pathé Frères a partir de 1897. E que em 1898, Claude Grivolas teria fundado a empresa *Manufacture française d'appareils de precision*, a qual teria **adquirido** a empresa de Contisouza e Bünzli. E que a partir de agosto de 1900, a nova empresa de Grivolas teria se **associado** à Pathé Frères.

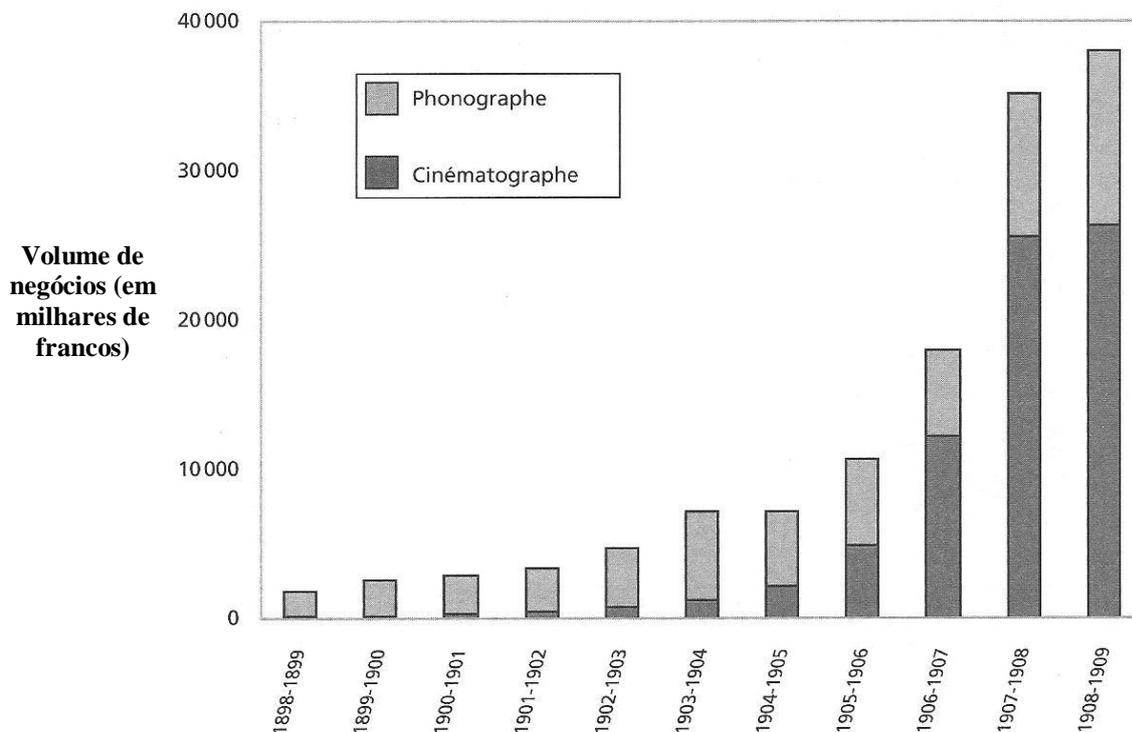
²¹ Contudo, o nome *Pathé Frères* continuou a ser usado como uma espécie de “nome fantasia”. Ou seja, continuou a ser o nome a ser divulgado entre o público, sendo usado nos anúncios da companhia, nos seus logotipos e nas cartelas inseridas nos próprios filmes por eles produzidos.

Em 1902, a Pathé-Frères estava construindo um estúdio de vidro em Vincennes, produzindo 8.000 metros de negativo de cinema por ano, lançando um movimento para tornar sua marca registrada, dos filmes do galo vermelho, a principal atração cinematográfica na França. Em quatro anos, a divisão de cinema passou a ter o dobro do tamanho da divisão de fonógrafos e se dedicou a provar que o cinema seria ‘a escola, o jornal, e o teatro do futuro’. Em 1904, Charles adicionou um segundo estúdio em Vincennes e um terceiro em Montreuil. Em Joinville-lepont, um labirinto de fábricas foi desenvolvido para a fabricação de câmeras e projetores, e para a revelação de películas, com um departamento para a produção de cópias positivas coloridas pelo processo de estêncil. Em 1905, a Pathé Frères estava vendendo 200 câmeras e projetores por mês – muito mais do que qualquer outro competidor – e 12.000 metros de filme positivo por dia. Sendo a maioria, agora, filmes de ficção. Ao final de 1906, a produção de filmes positivos havia triplicado para 40.000 metros ou 100.000 pés por dia; a divisão de cinema, sozinha, tinha 1.200 empregados, muitos dos quais eram mulheres contratadas para fazer o repetitivo e detalhado trabalho de montagem e coloração das cópias. (ABEL, 2005, p.728. [Tradução nossa])

Segundo Jean-Jacques Meusy (2004), em 1901 as receitas advindas do setor cinematográfico representavam apenas 14% das receitas da Pathé, mas em 1905 essa porcentagem já chegava a 46,3%. Meusy apresenta a seguinte tabela mostrando a evolução do montante de capital comercializado pela Pathé entre 1898 e 1909, assim com as porcentagens que a comercialização das áreas do fonógrafo e do cinematógrafo ocuparam dentro desse período. Como se pode constatar, somente a partir de 1907 é que o cinema teria se tornado uma parte preponderante dentre as atividades da empresa:

Figura 1: Volume de negócios da Pathé entre 1898 e 1907

Os exercícios sociais são contados de 1º de março a 28 de fevereiro, salvo o exercício de 1898-1899, com uma duração de 18 meses



Fonte: MEUSY, 2004, p.23.

De acordo com Meusy, por volta de 1905 os filmes eram explorados na França principalmente de três modos:

- Por pequenas empresas de projeção em cafés-concertos, *music halls* e, às vezes, nos circos.
- Em salas polivalentes (de apresentações híbridas), salões de festas, salões de igrejas ou teatros, que eram alugados por exibidores para a realização de algumas apresentações, mas sempre por períodos limitados.
- Nas feiras, tanto nas províncias (caso mais expressivo), quanto em Paris (graças às numerosas feiras de bairro existentes).

Além dessas três modalidades de exploração de filmes, já existiam algumas salas fixas. Mas essas ainda eram muito pouco numerosas, representando apenas uma pequena fração no volume de negócios da área. Ainda segundo Meusy, em 1905 só havia em Paris cerca de meia dúzia de salas fixas de cinema. Sendo que apenas umas três se dedicavam exclusivamente à exibição de filmes:

Em Paris por exemplo, em 1905, as salas fixas mal passavam de meia-dúzia. Se alguém se detiver aos estabelecimentos se consagrando ao cinema, à exclusão de todos os outros tipos de espetáculo ou atividade comercial, não contará mais do que três, de um total de cerca de 650 espaços (Le Select e o cinema da Porte Saint-Denis, tanto um como o outro nas grandes avenidas, e o Cinématographe parisien, no 20º distrito). As receitas brutas do Select, aquelas dos cinemas do museu Grévin, das grandes revistas Dufayel e do Petit Journal se somavam em um total de 353.400,00 francos em 1905. No mesmo ano, os cafés-concertos e os music-halls parisienses tonalizavam cerca de 12 milhões de francos em receitas. (MEUSY, 2004, p.22-23. [Tradução nossa])

Assim, teriam sido os três primeiros modos de exploração de filmes (em detrimento das salas fixas) que teriam possibilitado à Pathé um significativo crescimento do seu setor cinematográfico nos primeiros anos.

Segundo Ivo Blom, essa época entre 1902 e 1907, em que os filmes da Pathé foram predominantes entre os exibidores itinerantes e nos espetáculos de variedades franceses, foi justamente a “época de ouro” da empresa. Época de grande efervescência e criação, assim como da venda de grandes tiragens e receitas mirabolantes. Ainda durante esse período, a Pathé buscou se expandir para além das fronteiras francesas, enviando um representante, Popert, para a Inglaterra e para a Alemanha com o intuito de comercializar os filmes da companhia. O sucesso que tal investida internacional alcançou teria estimulado outras incursões em mercados como os da Áustria, Rússia, Itália e Espanha. Assim, muito antes do cinema representar a parte mais significativa dos negócios da Pathé, essa já começava a sua expansão internacional.

Contudo, a partir de 1908 teria havido uma estagnação do volume de negócios e uma redução dos lucros da companhia, que se explicariam principalmente por causa da crise na qual o mercado de cinema entrava naquele momento. Depois de um período de intenso e rápido crescimento, esse mercado passava a enfrentar uma crise de superprodução, agravada pelo surgimento de um grande número de novos agentes atuando e tentando tirar uma fatia do lucrativo setor cinematográfico:

Com o crescimento do mercado, do número de agentes atuantes nele e de investimentos, a concorrência se tornou cada vez mais acirrada. Como resultado clássico, se dá uma crise de super-produção. A prosperidade desse setor havia suscitado uma competição mais intensa que fragmentou as partes do mercado, obrigando a um aperfeiçoamento das ofertas e a uma redução das margens [de lucro]. Essa clássica crise de crescimento estimulará a imaginação e a exigência na gestão das empresas cinematográficas e exercerá um efeito de seleção que será favorável à Pathé, que consolida sua

posição dominante sobre o mercado francês. (CRETON, 1994, p.75. [Tradução nossa])

A Pathé teria consolidado sua posição hegemônica em grande parte porque, nesse contexto, seriam necessários investimentos de maior porte para se manter competitivo, o que nem todas as novas e velhas companhias poderiam suportar. Assim, depois de uma fase caracterizada principalmente por uma política de expansão (até 1907-1908), são realizadas inovações nos processos de produção que permitem abater sensivelmente os custos de fabricação da Pathé. O que não significava, porém, que o custo geral com a produção de filmes tivesse diminuído; pelo contrário. Pois a política de superioridade qualitativa, através da inovação permanente, teria continuado, exigindo investimentos em produções cada vez mais caras, refinadas e cada vez mais longas:

Essa extraordinária expansão provoca uma crise de super-produção à qual a Pathé Frères não sai imune. [...] Enfim, a empresa não fica inativa e seu diretor adota novos sistemas de produção capazes de abater sensivelmente o custo de fabricação. É o anúncio da política que visa à constituir doravante sociedades anexas e concessionárias. O que permite controlar, com um capital mínimo, uma massa de interesses consideráveis, ao mesmo tempo limitando os riscos'. (BOUSQUET, 1994, p.63-64, [Tradução nossa])

Assim, com o surgimento e o desenvolvimento de novos competidores e a instauração de uma crise de superprodução, são anunciadas algumas grandes mudanças nas políticas da Pathé. A primeira era a repartição da atuação da empresa em cinco territórios regionais na França, que deveriam ser explorados através de diferentes concessionárias. Essa repartição estava bastante ligada a duas outras mudanças, que viriam logo depois: o já citado aumento de custos; e a tentativa de substituição do sistema de venda pelo sistema de locação das cópias dos filmes.

O aumento de custos ocorreu para que a companhia pudesse se manter à frente dos competidores que surgiam. Para isso, a Pathé tinha que aumentar a qualidade dos filmes, o que importava em um aumento do número de cenas e da sua qualidade artística; daí o aumento de custos. No entanto, esse aumento não seria financiado apenas pela própria Pathé, mas dividido entre os novos concessionários.

Já a tentativa de substituição do sistema de venda das cópias dos filmes, pela sua locação, se ligava à repartição da França entre diferentes concessionárias pelo fato de que a Pathé entendia que, para realizar essa transição, seria necessário ampliar significativamente o número de salas fixas. Pois, se num primeiro momento as feiras e o

cinema itinerante foram responsáveis pelo enorme e rápido crescimento da empresa, agora essas modalidades de exploração comercial do cinema passavam a ser encaradas como um empecilho para um maior desenvolvimento do setor. Já que, com a exibição itinerante, conjugada à compra de filmes, havia uma menor necessidade de se adquirir novos títulos. Isso porque, depois que o estoque de filmes de um determinado exibidor tinha sua capacidade comercial exaurida em determinada praça, ele, ao invés de ter que comprar cópias de novos filmes, podia simplesmente partir para outra localidade e continuar explorando os mesmos filmes. Somava-se ainda a esse contexto a competição dos outros fabricantes e o surgimento de um significativo mercado de revenda de cópias usadas. Pois, uma vez que as cópias eram vendidas aos exibidores, esses podiam depois revendê-las a exibidores menores sem que a empresa produtora recebesse qualquer valor extra por essa nova transação. Tudo isso fez com que o mercado cinematográfico começasse a ficar abarrotado de cópias, tornando a comercialização de novos filmes cada vez mais difícil.

Assim, a mudança do sistema de venda para o de aluguel tinha como um dos principais objetivos reduzir o tempo de permanência dos filmes no mercado, aumentando a velocidade e o volume de comercialização de novos títulos. Mas, para isso, a Pathé entendia que era fundamental o aumento do número de salas fixas de cinema. Pois, nessa modalidade, uma vez esgotada a exploração de uma determinada praça, o exibidor não tinha a opção de mudar de público, sendo obrigado a adquirir cópias de novos filmes. Além do mais, com o sistema de aluguel, os exibidores (mesmo aqueles que exploravam as salas fixas) que obtivessem primeiro as cópias dos filmes, passariam a ficar impedidos de revendê-las para os exibidores menores. Esses últimos se quisessem ter acesso aos filmes, teriam que obter as respectivas cópias (mesmo que usadas e, portanto, mais baratas), junto às empresas produtoras.

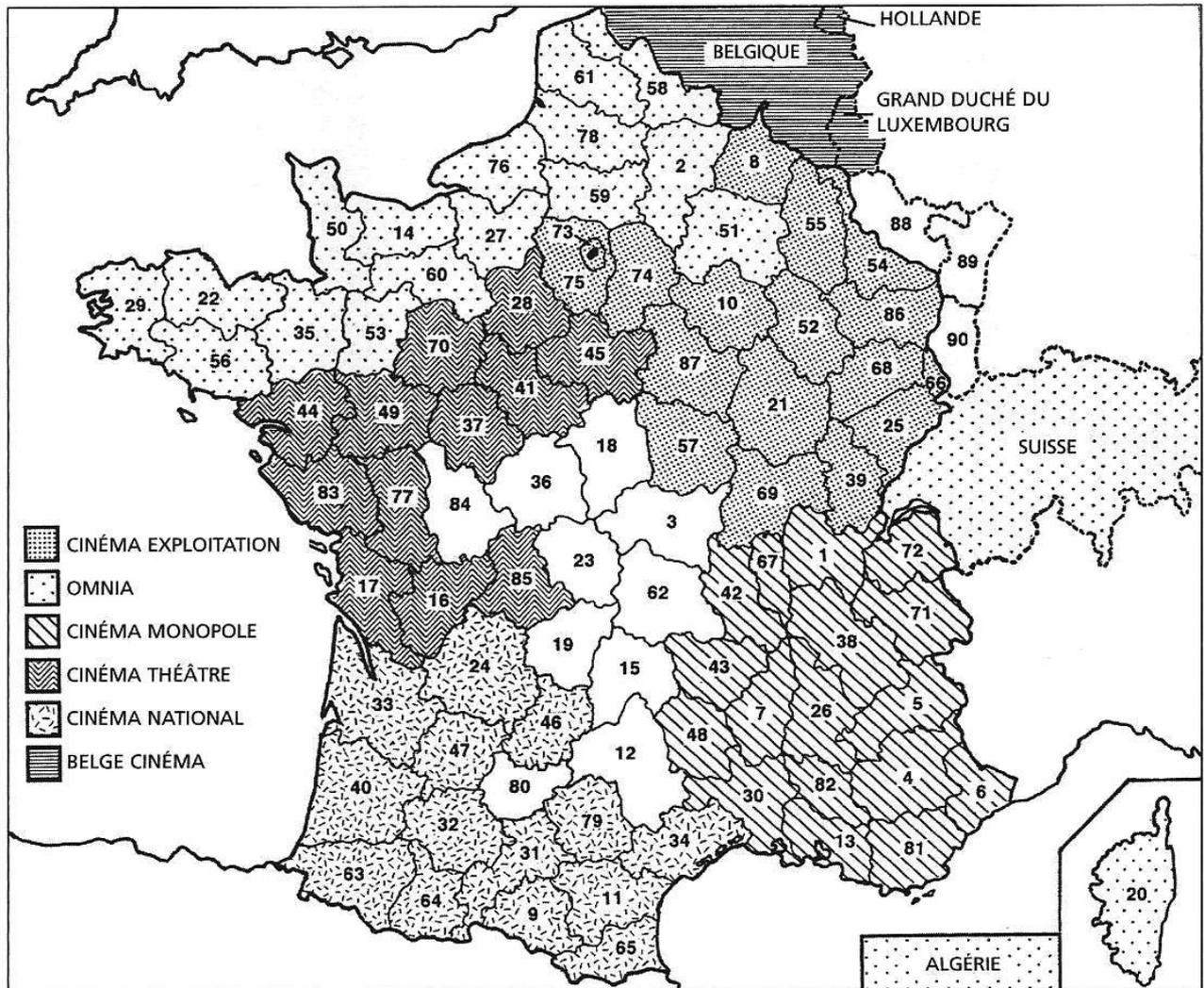
O problema era que para promover essa larga expansão do número de salas fixas seria necessário o investimento de grandes recursos financeiros. Recursos que a Pathé não tinha como dispender sozinha, ao menos não sem se endividar fortemente. Laurent Creton indica que existiam basicamente três formas de captar os recursos financeiros necessários à expansão da companhia: aumento de capital feito através de chamada aos antigos e novos acionistas; autofinanciamento (ou seja, investimentos feitos com capitais advindos das atividades da própria companhia); e pedido de empréstimo. Segundo Creton, os dois primeiros tipos foram os mais utilizados pela Pathé, o que

diminuiu a dependência da companhia em relação aos bancos, assim como diminuiu a despesa do custeio de suas operações (já que a maior parte delas não implicava no pagamento de juros oriundos de empréstimos). Os autoinvestimentos sucessivos feitos nos primórdios da companhia teriam sido possíveis devido à sua alta e regular prosperidade nesse período e às perspectivas de ganhos cada vez mais elevados por parte dos acionistas. Dessa forma, o capital da empresa teria passado de 2 milhões de francos em 1899, para 2.666 em 1900; 3.2 em 1905; 3.8 em 1906; e 5 milhões em 1907 (CRETON, 1994, p.75-77). Contudo, depois de 1907 o nível de investimento necessário para expandir as atividades da companhia nas bases que se pretendia passou a demandar recursos de tal ordem que levou a Pathé a buscar novos parceiros que pudessem entrar com parte significativa do capital. Essa estratégia tinha o duplo benefício de continuar mantendo a companhia sem grande dependência dos bancos, ao mesmo tempo em que dividia os riscos das operações realizadas.

Daí a opção de repartir o território francês entre cinco concessionárias. Essas, ao receberem o direito de exploração dos filmes e aparelhos, além de ficarem obrigadas a pagar as respectivas comissões para a Pathé, ficavam obrigadas também a investir na construção de salas fixas. Por isso os grupos concessionários deveriam possuir elevado capital de investimento, suficiente para financiar os custos de construção dessas salas e da comercialização dos filmes e equipamentos no território que lhes era concedido.

A divisão do território francês ficou estabelecida da seguinte maneira: a sociedade *Cinéma-Omnia* ficava com o norte e noroeste da França, mais a Córnia, a Algéria e a Suíça; o *Cinéma-Exploitation* ficava com Paris e o leste da França; o *Cinéma-Monople* ficava com o centro-leste e o sudeste; o *Cinéma-Théâtre* ficava com o centro-oeste; o *Cinéma-Nacional* ficava com o sudoeste da França. Uma outra sociedade, a *Sud-Central-Ouest*, deveria ter sido criada para ficar responsável pela região central da França (representada pela parte em branco do mapa abaixo). Mas tal sociedade acabou não sendo criada e, assim, essa região permaneceu sob o controle direto da Pathé. Em fevereiro de 1908, ainda era criada a *Bélge-Cinéma*, que passava a ter a concessão para a exploração da Bélgica, da Holanda e de Luxemburgo. Dessa forma, a repartição dos diferentes territórios, empreendida pela Pathé, ficou da maneira como mostra a figura a seguir:

Figura 2: Departamentos e países divididos pelas sociedades concessionárias da Pathé:



Départements (ancienne numérotation): 1 Ain – 2 Aisne – 3 Allier – 4 Alpes (Basses) – 5 Alpes (Hautes) – 6 Alpes (Maritimes) – 7 Ardèche – 8 Ardennes – 9 Ariège – 10 Aube – 11 Aude – 12 Aveyron – 13 Bouches-du-Rhône – 14 Calvados – 15 Cantal – 16 Charente – 17 Charente (Inférieure) – 18 Cher – 19 Corrèze – 20 Corse – 21 Côte d’Or – 22 Côtes-du-Nord – 23 Creuse – 24 Dordogne – 25 Doubs – 26 Drôme – 27 Eure – 28 Eure-et-Loir – 29 Finistère – 30 Gard – 31 Garonne (Haute) – 32 Gers – 33 Gironde – 34 Hérault – 35 Île-et-Vilaine – 36 Indre – 37 Indre-et-Loire – 38 Isère – 39 Jura – 40 Landes – 41 Loir-et-Cher – 42 Loire – 43 Loire (Haute) – 44 Loire (Inférieure) – 45 Loiret – 46 Lot – 47 Lot-et-Garonne – 48 Lozère – 49 Maine-et-Loire – 50 Manche – 51 Marne – 52 Marne (Haute) – 53 Mayenne – 54 Meurthe-et-Moselle – 55 Meuse – 56 Morbihan – 57 Nièvre – 58 Nord – 59 Oise – 60 Orne – 61 Pas-de-Calais – 62 Puy de Dôme – 63 Pyrénées (Basses) – 64 Pyrénées (Hautes) – 65 Pyrénées (Orientales) – 66 Territoire de Belfort – 67 Rhône – 68 Saône (Haute) – 69 Saône-et-Loire – 70 Sarthe – 71 Savoie – 72 Savoie (Haute) – 73 Seine – 74 Seine-et-Marne – 75 Seine-et-Oise – 76 Seine (Inférieure) – 77 Sèvres (Deux) – 78 Somme – 79 Tarn – 80 Tarn-et-Garonne – 81 Var – 82 Vaucluse – 83 Vendée – 84 Vienne – 85 Vienne (Haute) – 86 Vosges – 87 Yonne.

Départements occupés par l’Allemagne et désannexés après la Première Guerre mondiale: 88 Moselle – 89 Bas-Rhin – 90 Haut-Rhin.

Fonte: MEUSY, 2004, p.36.

Conforme Henri Bousquet (1994, p. 61-62), a partir de 1909, a Pathé iria efetuar na Itália uma repartição similar entre diferentes concessionárias. E em 1912, o mesmo seria tentado na Rússia, outro importante mercado, mas com menos sucesso, provavelmente devido à forte oposição dos exibidores locais e da proximidade da Primeira Guerra Mundial. De qualquer forma, a estratégia de estimular a criação de salas fixas teria encontrado uma grande acolhida e logo os concorrentes da Pathé também começaram a abrir suas salas. Bousquet comenta que por volta de 1909 o número de salas fixas somente em Paris já passava de 100, das quais 20 estavam afiliadas à Pathé (que abastecia cerca de 200 cinemas na França como um todo, assim como na Bélgica).

Segundo Jean-Jaques Meusy, o desenvolvimento do mercado cinematográfico em seus primórdios poderia ser dividido entre um período que vai até 1906-1907, caracterizado por um desenvolvimento mais incipiente, e um período posterior, caracterizado por um real desenvolvimento industrial do cinema. Conforme Meusy (2004, p.21), foi somente a partir dessa segunda época que se estabeleceram as condições para tal desenvolvimento, tanto na França, como em outros países fortemente industrializados. Dentre essas condições econômicas que permitiram o desenvolvimento da indústria cinematográfica em moldes industriais, estariam a generalização das sociedades anônimas, como forma melhor adaptada para a exploração do cinema, assim como a citada mudança do sistema de venda das cópias dos filmes para o sistema de aluguel.

Como mencionado anteriormente, quase desde o início das suas explorações no ramo cinematográfico, a Pathé Frères já se constituía em uma sociedade anônima. Mas até 1907 essa condição foi uma exceção entre as empresas ligadas ao ramo do cinema, e certamente colaborou para colocar a Pathé em uma posição vantajosa em relação às suas concorrentes. Janet Wasko (1982), fala da importância do financiamento da alta finança para o crescimento do cinema norte-americano, de como esse financiamento foi determinante para o seu desenvolvimento e para a expansão da cinematografia norte-americana ao redor do mundo. Mas, enquanto nos Estados Unidos tal desenvolvimento ainda iria demorar alguns anos para acontecer (e aconteceria de forma bem diferente daquela ocorrida com a Pathé); na França, entre 1897 e 1900, ao conseguir atrair capitais da alta finança e da alta indústria, a Pathé Frères se tornava a primeira grande empresa cinematográfica do mundo. Sadoul descreve o período de 1903 a 1908 como o

“período Pathé Frères”. Pois nesse período a empresa saiu do estágio artesanal e passou a se constituir na primeira empresa a funcionar de forma verdadeiramente industrial no campo do cinema. E ao fazer isso, a Pathé passava a dominar o mercado mundial, influenciando de maneira determinante nos rumos do novo meio.

Já em 1902, a Pathé começava o seu movimento rumo a uma penetração mais ostensiva nos mercados externos, através da abertura de diversas lojas (ou escritórios) de vendas de seus produtos em outros países. A partir de 1905, essa expansão internacional tomava impulso ainda maior e começavam a ser abertas sucursais em algumas das maiores cidades do mundo, como Bruxelas, Amsterdam, Moscou, São Petersburgo, Milão, Berlim, Viena, Barcelona, Nova Iorque e Chicago. Em diversos outros lugares, como em Portugal, China, Canadá e América do Sul, eram estabelecidos contratos de representação comercial com agentes locais (CRETON, 1994, p. 81). No Brasil, essa representação foi estabelecida pela primeira vez em torno de 1907-1908, através da firma Marc Ferrez & Filhos, que se tornava a partir de então representante exclusiva da Pathé para todo o país.

Laurent Creton (1994, p. 81) afirma que a criação das sucursais apresentava a vantagem de um maior controle e de um lucro mais elevado em relação ao sistema de representação. Mas a Pathé não dispunha de capital, e provavelmente não estava disposta a assumir os riscos, de abrir sucursais em locais com menor potencial econômico. De qualquer forma, através do sistema de representação, a Pathé assegurava sua presença e um certo grau de controle sobre esses mercados menos abastados através da natureza dos contratos estabelecidos com seus representantes. E assim, a companhia maximizava sua expansão, ao mesmo tempo em que diminuía a necessidade de alocação de capital.

Segundo Richard Abel, os filmes e equipamentos da Pathé tiveram um papel crucial para o crescimento e a legitimação do mercado cinematográfico dos Estados Unidos. Enquanto a produção norte-americana se via atravancada, principalmente por conta da “guerra de patentes” instaurada por Thomas Edison, a Pathé se tornava a maior fornecedora de filmes do mundo, conquistando a primazia inclusive nos Estados Unidos:

Segundo Richard Abel, os produtos da Pathé tinham servido para a legitimação do cinema no mercado norte-americano pela alta qualidade dos seus filmes, aparelhos de filmagem e projeção e processos de coloração da imagem. Até 1909-1910, os aparelhos de projeção Pathé tinham larga aceitação tanto nos nickelodeons, quanto nos melhores cinemas de Nova York. (SOUZA, 2004, p.169)

Já chegando nos EUA com seus custos amortizados, os filmes da Pathé tinham no mercado americano um terreno para enormes lucros. Sadoul (1983a, p.84) chega a afirmar que em 1908 a quantidade de filmes vendidos nos Estados Unidos pela Pathé era maior do que o dobro da quantidade de filmes vendidos pelos produtores norte-americanos todos juntos. Já o pesquisador Richard Abel (2004b, p.333) vai ainda mais longe, afirmando que, enquanto a empresa de Edison e a Biograph (duas das maiores companhias cinematográficas norte-americanas daquele momento) tendiam a produzir uma quantidade de filmes limitada e em intervalos irregulares, a Pathé oferecia uma grande variedade de tipos (ou gêneros) de filmes de alta qualidade, produzidos em massa e com uma regularidade de lançamentos semanal. E que, dessa forma, as agências da Pathé em Nova Iorque e Chicago poderiam assegurar quase sozinhas a viabilidade do mercado cinematográfico norte-americano.

José Inácio de Melo Souza, afirma que assim como a Pathé havia propiciado o *boom* dos nickelodeons através do fornecimento regular e em alta escala de filmes e equipamentos para o mercado norte-americano, esse mesmo processo teria (de certa forma) se repetido aqui no Brasil. Pois, através do fornecimento regular de filmes²² e equipamentos produzidos pela Pathé e distribuídos no Brasil pela Marc Ferrez & Filhos, teria se propiciado a explosão das salas de cinema no Rio de Janeiro, assim como em várias outras cidades do Brasil:

Com a abundante oferta de películas francesas da Pathé Frères, importadas pelo agente no Rio de Janeiro Marc Ferrez & Filhos, um componente comercial importante uniu-se ao sistema urbano modernizado. Em meados de 1907, as casas de exibição esporádicas que surgiam nos fins dos anos de 1905 e 1906 [...] foram substituídas por empreendimentos que o contexto social e urbano favoreceu de forma duradoura. (SOUZA, 2004, p.129).

²² Segundo José Inácio de Melo Souza (2004, p.177), entre 1907 e 1909, os filmes da Pathé, distribuídos pela Marc Ferrez & Filhos, ocuparam entre 30% e 40% dos mercados carioca e paulista (os maiores do país).

Salientando o baixo custo de investimento necessário para a montagem de salas de exibição no Rio de Janeiro, e o alto retorno que elas poderiam gerar se atendidas determinadas condições, Alice Gonzaga comenta:

O capital necessário para o empreendimento [o cinematógrafo] não ultrapassava de 10 a 30 contos de réis iniciais, em pontos mais valorizados, e de 5 a 10, em pontos menos visados. Em qualquer caso era uma soma proporcionalmente baixa em comparação com outros investimentos no ramo de diversões. Além disso, a dinâmica do negócio sugeria retorno rápido e compensador. Por sua vez, a montagem do espaço de exibição não apresentava requisitos especiais – isto até que a municipalidade começasse a disciplinar seriamente o conforto, a higiene e a segurança dos recintos. [...] Se houvesse fornecimento contínuo de filmes e equipamentos de projeção, as salas poderiam se manter tranquilamente. [...] Os Ferrez foram a base comercial de boa parte deste processo. (GONZAGA, 1996, p.88).

Conforme André Gatti, os primeiros importadores de cópias impressas, traziam os filmes através da importação direta das empresas produtoras cinematográficas. E Souza (1988, p.1) indica que o primeiro importador regular aqui no Brasil teria sido Paschoal Segretto, que enviava seu irmão, Afonso, ou algum outro funcionário, em sucessivas viagens a Paris e Nova Iorque para a compra de equipamentos e novas cópias de filmes:

Na primeira fase da cinematografia comercial no Brasil, entre 1896-1900, o importador de películas impressas, via de regra, também operava de maneira profissional na exibição de filmes, e afirmamos com segurança que este personagem foi o verdadeiro demiurgo do mercado cinematográfico brasileiro, sendo possível, porque esses exibidores utilizavam-se do expediente da importação de filmes, além da grande oferta e da desorganização em que se encontrava o mercado internacional de películas.

Essa abundância internacional de filmes foi o principal elemento que possibilitou a peregrinação de alguns desses exibidores pioneiros pelo interior do país. Isto porque esses exibidores podiam adquirir fitas cinematográficas através das mais variadas fontes fornecedoras, **inclusive, de títulos similares, devido a ausência de uma legislação protecionista do direito autoral da obra.** Os empresários artísticos levaram as imagens em movimento para as mais diversas localidades e, dessa forma, acabaram criando o interesse pelo consumo de imagens em movimento e, também, permitiram a consolidação de um mercado (GATTI, 1999, p.46. [Grifo nosso]).

Mas como aponta Gatti (1999, p.46-48), esse sistema de compra avulsa não poderia se manter por muito tempo, por causa da reorganização pela qual atravessaria o comércio internacional de cinema e devido à dimensão que o mercado brasileiro passaria a representar para esse comércio internacional. Ainda segundo Gatti, em países periféricos como o Brasil, a distribuição de filmes importados teria começado a ser feita através dos exibidores aqui estabelecidos. E, depois de algum tempo (entre 1905 e

1908), representantes exclusivos das firmas estrangeiras, ou agentes associados a elas, também teriam passado a atuar com regularidade no país. Como já apontamos, a Marc Ferrez & Filhos foi uma dessas primeiras concessionárias. Gatti afirma, inclusive, que os Ferrez podem ser considerados os pioneiros dessa nova geração do comércio cinematográfico brasileiro, uma vez que além de já serem profissionais no comércio de imagens (a fotografia estática), também conseguiram se articular dentro de um contexto mais moderno, em termos capitalistas, tornando-se representantes do maior grupo cinematográfico mundial daquela época. Afirma ainda que, nesse período, os distribuidores²³ não se limitavam a comercialização de filmes, mas também exploravam a venda de outros artigos relacionados ao cinema, como equipamentos de exibição:

No Brasil apenas algumas empresas estrangeiras trabalhavam com os concessionários: Pathé e Edison, por exemplo, cujos representantes eram Marc Ferrez e Frederic Figner, respectivamente. Em 1908, o fotógrafo Ferrez obtinha, definitivamente, a exclusividade da Pathé-Frères para vender os afamados produtos franceses (filmes e aparelhos cinematográficos) em território brasileiro. A exemplo do internacional, também o mercado cinematográfico brasileiro encontrava-se bastante desorganizado, sendo que a sua base comercial permanecia apoiada na atividade dos vendedores ou representantes de empresas estrangeiras de equipamentos e de filmes. (GATTI, 1999, p.50)

Gatti (1999, p.50) afirma ainda que, além da Pathé Frères, a Marc Ferrez & Filhos teria obtido a representação da Gamount (outra grande produtora francesa de filmes)²⁴. Mas, diferente do que acontece em relação à Pathé, não consta no Arquivo da Família Ferrez nenhum contrato que comprove tal ligação. Na verdade, a maior parte da correspondência com a Gaumont, ou que cite negócios feitos com a empresa, são posteriores a 1912: ano em que a Marc Ferrez & Filhos foi absorvida pela Companhia Cinematográfica Brasileira.

De qualquer forma, a entrada da MF&F na distribuição de filmes coincidiu também com aquela mudança decisiva na forma como os filmes eram comercializados. Ou seja, com a mudança do sistema de venda, para o sistema de aluguel das cópias. Como discutido anteriormente, o sistema de venda facilitava a atuação dos ambulantes,

²³ Apesar de estarmos utilizando a expressão “distribuição”, é bom lembrar que na realidade tal expressão demoraria ainda a ser usada pelo meio cinematográfico. Durante o período aqui analisado (1905-1912) o mais comum era esses agentes serem referidos (ou se auto-referirem) como “representantes”, “concessionários” ou mesmo “importadores”.

²⁴ A fonte para essa afirmação feita por Gatti parece ser o artigo *Pathé: 80 anos na vida do Rio*, escrito por Gilberto Ferrez para a revista *Filme Cultura*, n. 47, de 1986. No entanto, apesar da importância do artigo, este apresenta uma série de pontos controversos.

uma vez que, tendo adquirido um determinado estoque de filmes, poderiam explorar a exibição dos mesmos por um longo tempo, bastando para isso se deslocarem de uma cidade para outra (ou mesmo de um local para outro dentro de uma mesma cidade). Mas, por outro lado, dificultava o estabelecimento de salas fixas, principalmente em países como o Brasil que dependiam da importação de filmes, prioritariamente europeus. Isso porque, antes da mudança para o sistema de aluguel, ainda não havia se organizado um sistema de importação regular de amplo porte. Apesar de, como visto, os Ferrez e outros empresários já atuarem como importadores de filmes; em geral, a aquisição das cópias era feita diretamente por cada exibidor, fazendo com que os custos dessa operação fossem bastante altos. Além disso, o tempo necessário para a compra e o transporte comprometia a regularidade do fornecimento de novos títulos. Regularidade que era fundamental para o funcionamento das salas fixas. Ainda mais se levarmos em conta que o tempo em que os filmes ficavam em cartaz em um mesmo local era em geral curtíssimo (não excedendo, na maioria das vezes, três ou quatro dias).

Mas, conforme Sadoul, em 1907 a Pathé Frères (já naquela ocasião a produtora de filmes com maior influência nos mercados cinematográficos de diversos países), teria decidido dar um “Golpe de Estado”²⁵, suspendendo a venda de seus filmes e passando ao sistema de aluguel. Depois da Pathé, as outras empresas cinematográficas também teriam passado a migrar para o sistema de aluguel. No entanto, isso teria se dado de forma gradual²⁶. Ou seja, durante algum tempo teriam coexistido os dois sistemas: o de venda e o de aluguel de cópias.

E, de fato, esses dois tipos de comercialização de filme coexistiram por bastante tempo (ao menos até os anos 1920). Na realidade, como analisaremos mais adiante (no capítulo 4), essa transição da venda para o aluguel não foi nada uniforme ou simultânea em todos os países, mesmo em se tratando dos filmes da Pathé. O tal “Golpe de Estado” de 1907 ao qual Sadoul se refere, se tratava da mudança do sistema de venda para o de aluguel de filmes da Pathé **especificamente na França**. A transição foi, em verdade, um processo bastante complexo e com diferentes características, ritmos e implicações em cada país no qual se tentava implementá-la.

²⁵ Esse termo foi empregado pelos próprios produtores cinematográficos da época para designar a jogada realizada pela Pathé.

²⁶ Sadoul (1983a, p.90) comenta inclusive que ao demorar mais do que a maioria das outras firmas para fazer a transição do sistema de vendas para o de aluguel a Gaumont teria sido a principal beneficiária da mudança operada pela Pathé Frères.

Aqui no Brasil, por exemplo, pelo que apontam os contratos realizados pela MF&F (tanto com a Pathé, quanto com os exibidores locais), parece que a venda das cópias de filmes da própria Pathé não foi de fato completamente suspensa. O que o novo regime realmente estipulava era que os novos filmes seriam prioritariamente alugados. Mas que depois de algum tempo de exploração sob esse sistema, as cópias passavam a ficar livres para serem vendidas. Ou seja, o que se extinguiu foi a venda de cópias de filmes novos. Mas a venda das cópias usadas (inclusive as da Pathé) continuou, mesmo daquelas de filmes feitos após o tal “Golpe de Estado”. De qualquer forma, os exibidores ambulantes, que até 1907 foram os principais agentes de difusão do cinema no país (e no resto do mundo), começaram a se ver em uma situação duplamente complicada. Pois, ao mesmo tempo em que viam a restrição da oferta de filmes para a compra (agora as únicas cópias de filmes da Pathé que podiam comprar eram cópias usadas), também começaram a se ver expulsos dos grandes centros urbanos devido à proliferação de salas fixas, com as quais provavelmente não tinham condições de competir. A alternativa restante era rumar para os subúrbios desses grandes centros ou para o interior do país, onde o interesse na montagem dessas salas fixas era menor e os filmes obtidos, mesmo já estando em circulação há algum tempo (uma vez que se tratavam de cópias usadas), provavelmente ainda não tinham chegado. Creton comenta que essa transição não se daria sem grande resistência por parte dos exibidores itinerantes²⁷. E que a venda de cópias dos filmes da Pathé ainda continuaria durante alguns anos fora da França e mesmo dentro, nos locais mais afastados de Paris. Ou seja, nas províncias francesas.

Além disso, se por um lado a introdução do sistema de locação proporcionou um fornecimento regular de novos títulos, principalmente para as salas fixas que começavam a se multiplicar; por outro gerou uma maior concentração de rendas. A partir daquele momento, a exploração dos filmes ficou subordinada estritamente às empresas consorciadas à Pathé, suas agências ou autorizadas. Como salienta Sadoul, a Pathé, que até então tinha orientado a sua expansão apenas num sentido horizontal, agora passava a se esforçar para realizar uma expansão vertical, dominando os mais diversos ramos do setor: desde a fabricação da película virgem e dos mais diversos

²⁷ Além dos exibidores itinerantes, a mudança do sistema de venda para o de aluguel enfrentaria resistência de várias outras partes, incluindo de exibidores com salas permanentes que já haviam se transformado em revendedores ou de distribuidores de filmes em seus próprios países.

aparelhos de filmagem, revelação e projeção, até o controle das salas de exibição²⁸. Mas essa tendência à centralização vertical e/ou horizontal não foi exclusiva à Pathé. Outras companhias, como a de Edison (nos EUA), também tentaram algumas dessas formas de centralização. Falando sobre essa situação, num contexto mais geral desses primórdios do cinema mundial, André Gatti afirma que:

Tomando como exemplo o que acontece em todos os setores industriais e comerciais desenvolvidos, ou com algum nível de desenvolvimento da economia capitalista, a indústria cinematográfica também apresenta a integração econômica nos níveis horizontal e vertical. Assim, a indústria cinematográfica passa a ser uma atividade reprodutora do capitalismo estabelecido, obedecendo a sua lógica interna que é a busca permanente pela remuneração do capital. Portanto, é impossível existir uma verdadeira indústria, se ela não remunerar o capital em função da expectativa gerada pelo investimento.

As duas formas econômicas de integração, tanto a vertical quanto a horizontal, no cinema, têm como objetivo principal restringir ou limitar a inserção de novos grupos de investidores nas atividades de interesse dos grupos econômicos preexistentes. Além desta barreira econômica, as integrações citadas são responsáveis diretas pela manutenção do nível da atividade através da diminuição ou do aumento do negócio.

A integração horizontal clássica geralmente acontece da seguinte maneira: empresas cinematográficas mais fracas ou de menor capital são compradas por empresas mais capitalizadas no mesmo ramo de atividade, isto em qualquer nível da indústria – produção, distribuição ou exibição. O resultado desta integração horizontal é a concentração de renda e poder político que o negócio, como um todo, passa a gerar. Por exemplo, uma empresa exibidora A, ao adquirir um certo número de salas de uma outra empresa B, fortalece-se, pois [...] ao agregar novas salas, na prática, diminui-se o efeito da concorrência, aumentando, de maneira significativa, o poder de negociação da cadeia exibidora com os distribuidores e fornecedores, de um modo geral. Desta maneira, acabam se criando os grandes conglomerados econômicos de caráter monopolista ou oligopolista.

As conseqüências da integração horizontal, em massa, podem ser nefastas para a sobrevivência de um ambiente competitivo entre os ramos da indústria cinematográfica, pois o consumidor comum é o personagem mais afetado por esta prática. [...].

A outra forma de integração, a vertical, acontece quando as empresas produtoras organizam suas próprias estruturas de distribuição e exibição. Assim, as grandes produtoras cinematográficas passam a ditar os preços dos seus filmes e alijar os possíveis concorrentes comerciais e industriais que serão obrigados a seguir os seus preços, seja para cima ou para baixo. Geralmente, este tipo de concorrência gera um tipo de concorrência desleal, à medida que os produtores podem aviltar os seus preços para que os seus concorrentes, nos ramos de distribuição ou exibição, não possam ter acesso a

²⁸ Essa tentativa de controle direto das salas de exibição por parte da Pathé se deu principalmente na França e em alguns lugares da Europa. Mas não aconteceu aqui no Brasil, onde a exploração das salas permaneceu nas mãos dos empresários locais. Como afirma Alice Gonzaga, mesmo depois da dominação do mercado brasileiro pelas companhias norte-americanas (após a Primeira Guerra Mundial), poucas se aventuraram no mercado exibidor. E quando isso acontecia era sempre em pequena escala.

este ou àquele filme. O contrário pode acontecer também, ou seja, os produtores baixarem os preços de venda dos seus filmes com o mesmo objetivo. (GATTI, 1999, p.35-36).

A Pathé Frères foi certamente uma das primeiras empresas cinematográficas a conseguir realizar esses dois tipos de integração (vertical e horizontal) de forma extremamente proeminente. E, para isso, não se furtou ao uso dos mais variados recursos, inclusive da prática de baixar os preços de seus filmes para forçar a quebra de seus concorrentes. Como mencionado anteriormente, os filmes da Pathé já chegavam aos EUA com seus custos amortizados, e com isso as suas cópias podiam ser comercializadas por um preço abaixo daquele praticado pelos produtores norte-americanos.

O fato é que tais estratégias de integração vertical e horizontal fortaleceram ainda mais a posição da Pathé Frères. Tanto que, antes da Primeira Guerra Mundial, a grande maioria dos projetores das salas de exibição de diversos países era da Pathé. José Inácio de Melo Souza comenta que no Rio de Janeiro, uma vez que o nome da companhia havia se transformado em sinônimo de qualidade no campo dos projetores, os exibidores que tinham esses aparelhos em suas salas passaram a fazer referência ostensiva à empresa do galinho vermelho na publicidade de seus estabelecimentos, visando com isso atrair um número maior de público. O mesmo se dava com a divulgação dos programas de filmes, que passaram a ser divulgados com uma vinculação cada vez mais ostensiva às casas produtoras.

Assim, a disputa entre as salas começou a se dar em torno da representação do maior número possível de casas produtoras. A referência ao nome das companhias se constituiu, dessa maneira, em uma das primeiras formas de distinção que se prolongasse por um período bem superior àquele da vida útil de cada obra, superando assim a singularidade dos filmes tomados isoladamente. Ou seja, funcionou como uma das primeiras formas de diminuir a aleatoriedade da realização do valor na indústria cinematográfica. Conforme postulado pelo Gresec - Group de Recherches sur les Enjeux de La Communication, da Universidade Stendhal de Grenoble (BOLAÑO, 2000, p.167), o valor de uso do produto artístico – incluindo o audiovisual – seria o de um produto único. E isso, conforme postulado por Ramón Zallo (BOLAÑO, 2000, p.168), levaria ao problema da aleatoriedade da realização do valor desses produtos. Mas, além do caráter único de cada obra, outra característica que dificultaria a

exploração econômica dos produtos culturais seria a sua curta vida útil. E, de fato, nesses anos iniciais a vida útil comercial dos filmes era ainda menor. Como colocado anteriormente, os filmes, em geral, não chegam a ficar em cartaz nem por uma semana. Assim, no sentido de superar a aleatoriedade do empreendimento cinematográfico, potencializada pela curta vida útil dos filmes, um dos primeiros mecanismos utilizados foi a divulgação ostensiva do nome da companhia e do seu logotipo junto ao público e aos proprietários das salas de exibição. Isso permitiu uma fidelização do público através da associação da imagem da companhia produtora a uma determinada qualidade dos seus produtos. Nesse sentido, falando sobre o mercado norte-americano, Gerben Bakker afirma:

A princípio, a novidade tecnológica do filme era suficiente para atrair o público [...] Por volta de 1907, as primeiras salas fixas de cinema, os 'nickelodeons', surgiram, com no máximo algumas poucas centenas de assentos. As companhias usavam as marcas tanto pra atrair os consumidores de forma regular aos cinemas, quanto para convencer os donos de salas da qualidade dos seus produtos [filmes] e do apelo que eles tinham junto ao público. O principal instrumento usado inicialmente nesse sentido foi a marca das companhias produtoras, que figuravam de forma proeminente nos filmes e nas propagandas. No início dos anos 1900, a companhia francesa Pathé, a maior fornecedora de filmes nos Estados Unidos, devia sua posição dominante no mercado em parte à sua ostensiva marca, um galo vermelho, a qual a companhia promovia diretamente junto às audiências, a exibindo proeminentemente nos seus filmes e intertítulos. (BAKKER, 2005, p.52. [Tradução nossa]).

Como apontado por Rafael de Luna Freire²⁹, o nome das empresas produtoras também passaram a ser usados como forma de controle. Pois, a colocação da logomarca dessas empresas (fosse o galo da Pathé; a estrela de Meliés; ou o B da Biograph) nos cenários dos filmes servia para evitar a pirataria. Ou seja, servia para evitar que os filmes fossem copiados e vendidos como se tivessem sido feitos por outras empresas, prática bastante comum na época.

Infelizmente não consta no arquivo da Família Ferrez o contrato original de cessão da representação da Pathé Frères para o Brasil concedida à Marc Ferrez & Filhos. Mas esse contrato provavelmente foi assinado entre o final de 1907 e o início de 1908 (e não em 1905, como consta em algumas obras que tratam sobre o assunto³⁰).

²⁹ Informação apresentada durante a defesa dessa dissertação, em março de 2012.

³⁰ ARAÚJO, 1976; FERREZ, 1986; GONZAGA, 1996.

Uma indicação de que o início da representação se deu nesse período é o fato de que a primeira correspondência que consta no arquivo dos Ferrez em que esses tratam de negócios na área cinematográfica com a Pathé é de 4 de junho de 1908 (apesar de que, pelo seu conteúdo, temos a impressão de que as duas firmas já vinham tratando de negócios relativos a cinema há algum tempo). E nessa carta, a Pathé enviava justamente uma lista com os logotipos da empresa, tanto da área de cinema, quanto da área dos fonógrafos e demais ramos cuja representação era feita pela MF&F. E pediam que, caso os Ferrez quisessem utilizar algum outro modelo de logotipo que não os constantes na lista enviada, que os avisasse com antecedência para que fizessem o registro, caso necessário. Contudo, segundo as determinações da Pathé, fora esse caso, deveriam ser usados na venda e na propaganda dos produtos da Pathé, exclusivamente os logotipos enviados. A única liberdade deixada para os representantes brasileiros era quanto ao tamanho do logotipo em cada situação, podendo eles ser aumentados ou diminuídos conforme a necessidade; o que demonstra a importância dada pela companhia francesa ao tratamento empreendido à sua marca visual³¹. Esses logotipos podem ser vistos no anexo 2.

Além de diminuir a aleatoriedade, o uso das marcas também servia para criar um certo tipo de diferenciação, associando determinadas companhias a gêneros (ou tipos) específicos de filmes. Bakker comenta que a Essanay, por exemplo, era conhecida pelas suas comédias, enquanto a Selig era mais conhecida pelos westerns. E, como as salas de cinema procuravam associar seus nomes a determinadas produtoras, elas também acabavam ficando associadas aos respectivos tipos de filmes das empresas que exibiam. Já a Pathé, conforme comentado por Richard Abel, levava a vantagem de oferecer os mais diversos gêneros de filmes. Isso lhe foi possível graças à dimensão alcançada pela empresa, que lhe permitiu diversificar bastante os gêneros de filmes produzidos, assim como às associações estratégicas estabelecidas pela Pathé com outras empresas, como a SCAGL (Société Cinematographique des Auteurs et Gens de Lettres) e a Film d'Art.

Alice Gonzaga comenta que, apesar do papel fundamental da MF&F (através da representação da Pathé Frères), a dimensão alcançada pelo mercado cinematográfico brasileiro não teria sido possível sem a participação de outros agentes. E, nesse

³¹ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.12/ 01. Além desse assunto, a Pathé também expunha na mesma carta que todas as questões relativas à proteção industrial ou comercial concernentes aos assuntos de cinema passariam a ficar centralizados na secretaria da direção em Vincennes.

processo, cada agente e casa exibidora procurava assegurar pra si a representação (ou ao menos os direitos de exibição) do maior número possível de marcas:

[...] a dimensão alcançada pelo mercado não teria sido possível sem o concurso de outros revendedores, ou, como o meio passou a chamá-los posteriormente, distribuidores [...] Seguindo o exemplo dos representantes da Pathé, cada um procurou assegurar a exclusividade de pelo menos uma companhia produtora estrangeira importante. Paschoal assinou com a Cisnes italiana. Lèbre conseguiu contrato com a Gaumont. Staffa começou comprando avulso em Paris, mas logo se apresentaria como revendedor exclusivo da Itala e da Films d'Art. Angelino e Bráulio Guidão tentaram a produção americana da Biograph e da Vitagraph, com o segundo também importando o Kinemacolor inglês. [...] Em pouco tempo a identificação entre marca, empresário e determinada sala de exibição seria preponderante. Os filmes ainda não traziam o nome do diretor, atores ou técnicos. Até a chegada das distribuidoras americanas, a competição interna se desenrolaria em torno da representação de um número cada vez maior de marcas. (GONZAGA, 1996, p. 88-89)

Ainda segundo Gonzaga, o sucesso e o tempo de vida das salas estavam fortemente ligados às flutuações do gosto do público. Pois, uma vez que o interesse do público por determinado tipo de filme aumentava ou decaía, o desempenho das salas associadas aos mesmos acompanhavam o respectivo movimento:

A rapidez com que os cinemas surgiram e desapareceram prendeu-se também ao interesse do público por 'gêneros' cada vez mais definidos, quase sempre especialidade desta ou daquela fábrica de filmes. À medida que essa produção característica decaía no conceito do público, as salas que a exploravam entravam em dificuldades. (GONZAGA, 1996, p. 96)

Conforme indicado pelo Gresec e por Zallo, vários outros mecanismos para o controle da aleatoriedade da realização (ou rentabilidade) dos filmes tomados de forma isolada foram utilizados pela indústria cultural ao longo da história. E entre esses, podemos destacar alguns de especial importância para o período aqui considerado, como: padronização da produção; repetição dos êxitos de audiência (fosse a repetição dos próprios êxitos, ou o plágio dos êxitos dos concorrentes); concentração empresarial e o controle das redes de distribuição por capitais monopolistas, o que possibilitava o domínio dos grandes distribuidores sobre os pequenos produtores, assim como assegurava o controle sobre a organização do sistema de distribuição. Todos esses mecanismos foram empregados pela Pahté Frères (e por outras companhias na Europa e nos Estados Unidos). Mas o cerce das operações se encontrava no controle da distribuição. Daí o interesse da Pathé em estender a distribuição por todos os cantos do planeta, fosse através de agências próprias, fosse através da concessão de representação

para empresários locais, como foi o caso da Marc Ferrez & Filhos, aqui no Brasil. Mas, mesmo no caso dos representantes, a Pathé se esforçava em manter um controle, o mais rígido possível, sobre como eles deveriam proceder em relação à comercialização de seus produtos.

Uma carta do arquivo da Família Ferrez que trata de negócios com a empresa francesa, datada de 29 de agosto de 1908, atesta bem essa situação. A carta foi enviada pelo próprio Charles Pathé, e nela o empresário francês alegava ter em mãos provas de que a MF&F havia violado os termos de um acordo firmado em 21 de fevereiro daquele ano. Acordo que estipulava o preço máximo de revenda dos filmes em 1,55 francos por metro³². Segundo Charles, os Ferrez estariam revendendo os filmes pelo equivalente a 1,90 francos por metro. Na carta ele lembrava seus representantes brasileiros que, quando discutiu com Marc Ferrez em Paris sobre as condições para a concessão da exclusividade da representação dos produtos da Pathé Frères no Brasil, havia colocado como condição absoluta que os filmes não poderiam ser comercializados por um preço superior àquele indicado pela companhia francesa. Pois isso seria prejudicial à empresa, impedindo o crescimento da venda de seus produtos no Brasil. Ou seja, Charles afirmava que a venda acima do limite do preço estabelecido pela Pathé Frères seria contra o interesse da empresa, e que representava um lucro ilícito por parte dos Ferrez.

Charles ainda afirmava que, pelos termos do contrato firmado entre ambas as firmas (o qual, como dissemos, não consta no arquivo da Família Ferrez), e ante a sua patente violação, ele poderia simplesmente considerar o contrato rescindido. Mas que não iria fazer isso em consideração aos compromissos formais assumidos por Marc Ferrez em Paris. Dessa forma, antes de romper o contrato, iria aguardar explicações sobre as infrações relatadas (o que deve ter sido feito de forma satisfatória, uma vez que o contrato não foi de fato rescindido). Charles se mostrava surpreso também com o fato de ter tomado conhecimento de que os Ferrez estariam dizendo a seus clientes que os aparelhos de *Synchronisme Pathé Frères* (um aparelho de cinema sonoro) ainda não estavam sendo vendidos e que não tinham sequer como prever quando eles estariam disponíveis no mercado. Pelas colocações de Charles, o aparelho aparentemente já estava sendo comercializado e ele dizia não entender por que os Ferrez estavam

³² Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.12/ 05.

tomando aquela atitude, uma vez que as vantagens asseguradas pelo contrato aos próprios Ferrez pela revenda desses aparelhos seriam muito boas.

Depois dessa carta existe um grande lapso no arquivo da Família Ferrez. A carta seguinte lá existente já é de 13 de maio de 1911, mais uma vez escrita pessoalmente por Charles Pathé³³. Nessa carta, Charles diz ter lido com grande atenção uma outra carta que os Ferrez haviam enviado para ele em 4 de abril³⁴, e diz não entender por que eles se recusavam em aceitar as modificações no contrato que visavam deixá-los em melhores condições de competir com a concorrência. As novas condições descritas por Charles envolviam a diminuição dos preços da metragem dos filmes, que passariam a ficar da seguinte forma:

1. Filmes impressos PB..... de Fr: 1,10 por Fr: 1,00
2. Filmes da série artística da Pathé Frères..... de Fr: 1,35 por Fr: 1,15
3. Coloridos..... de Fr: 0,40 por Fr: 0,30
4. Viragens..... passavam a ser grátis

De fato, a situação da MF&F entre 1908 e 1911 deve ter ficado bem mais complicada, conforme o cinema se tornava uma atividade que podia gerar grandes lucros e novos agentes entravam em cena em busca de capitalizar em proveito próprio parte desses lucros. Já a partir do final de 1909, em cartas escritas a José Tous Rocca (seu representante no Norte e Nordeste do país, cuja atividade será discutida mais adiante) os Ferrez descreviam como os mercados do Rio de Janeiro e do resto do Sudeste (os principais mercados em se tratando de cinema) vinham se tornando violentamente competitivos, com os empresários utilizando de todo e qualquer artifício para se sobreporem uns sobre os outros. Em 20 de novembro de 1909, eles escreviam:

Aqui no Sul os negócios pioraram (sic) em menos de dois meses de modo extraordinário muito embora a affluencia do publico não tenha baixado porem os emprezarios começam a querer 'trepar' uns sobre os outros pelos meios lícitos e illicitos.³⁵

Um pouco mais tarde, em 24 de dezembro, continuavam:

³³ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.12/ 06. É curioso que essa carta, apesar de ser assinada por Charles Pathé, foi enviada em um papel timbrado de A. Niévere, agente da MF&F na França.

³⁴ Carta cuja cópia não consta no arquivo da Família Ferrez.

³⁵ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 26.

Continua a grande guerra para a collocação de fitas de qualquer modo e processo e em continuas intrigas para alugar ou revender uns aos outros, sendo este negocio explorado de todas as formas.³⁶

E, um mês mais tarde, em 24 de janeiro de 1910, escreviam sobre a grande especulação que estava havendo na região Sudeste em relação à área cinematográfica:

No estado de Minas não há um cinematographo que se possa agüentar a tal ponto a falta de dinheiro e indolência do povo e aqui no Rio as casas se abrem, fecham e passam de proprietarios como nunca se vio. O Cinema Carioca do Largo da Carioca fechou e vende tudo. O Ideal na Rua da Carioca já passou em tres mãos, o Paraizo do Rio está sendo sustentado como filhote do Odeon. Este ultimo segundo corre boato só tem vida por mais tres mezes em vista do muito aluguel e falta de gerencia. O Parisiense tem decahido com as vistas de Biographo e sobre tudo isto um calor ultimamente em como poucas vezes se tem visto.³⁷

Assim, apesar da recusa inicial, parece que a MF&F e a Pathé chegaram a um novo acordo. Ao menos é o que indica um projeto de contrato datado de agosto de 1911³⁸. Pelas cláusulas desse projeto seria renovada a concessão da exclusividade de representação dos filmes e aparelhos cinematográficos da Pathé por mais cinco anos, com exceção dos aparelhos e filmes para amadores. Essa exceção, contudo, não significa que a MF&F não comercializasse esses produtos voltados para amadores. Aliás, um testemunho incluído na autobiografia de Luís de Barros parece indicar justamente o contrário. Falando sobre seu fascínio pelo cinema já em 1910, quando ainda estava em idade colegial, Luís de Barros comenta:

[...] quando ainda no Colégio Alfredo Gomes, o cinema já me seduzia. Eu tinha uma rudimentar máquina de projeção e comprara alguns filmes de 20 ou 50 metros, como se vendiam então no antigo Marc Ferrez, na Rua São José. (BARROS, L., 1978, p. 27)

Pelo testemunho não é possível ter certeza que se tratava de projetor e filmes Pathé Baby (os equipamentos para amador da Pathé), ao invés dos filmes 35mm comercializados com os exibidores profissionais. Mas parece improvável que se tratasse desse último tipo de filme. Até porque, diferente do 35mm, os filmes para amadores não eram feitos em base de nitrato, mas de acetato. Era o chamado “filme seguro”, porque não apresentava o mesmo risco do filme de nitrato de explodir e pegar fogo. Portanto, era um tipo de filme bem mais seguro para se ter em casa, e para ser manipulado por

³⁶ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 30.

³⁷ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 31.

³⁸ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.12/ 07.

uma criança ou adolescente. Assim, podemos presumir que o fato do contrato estabelecido com a Pathé dizer que a MF&F não detinha a exclusividade de comercialização desse tipo de material para amador, não significava que a MF&F não poderia comercializá-lo. Mas simplesmente que outras empresas brasileiras poderiam fazer o mesmo, sem ter que se reportar ou pagar qualquer tipo de comissão à empresa dos Ferrez.

De qualquer forma, a principal atividade da firma não estava ligada a esse segmento e sim aos filmes em 35mm, voltados para os exibidores profissionais. A Pathé cobraria da MF&F, através do projeto de contrato de 1911, os seguintes preços por esses filmes³⁹:

- Filme virgem, negativo ou positivo: Fr: 0,40 por metro (líquido)
- Filmes impressos PB ou coloridos,
Filmes da Série d'Art,
e filmes científicos feitos pela Pathé: Fr: 0,70 por metro (líquido)
- Pathé-Jornal: Fr: 0,50 por metro (líquido)

Esses preços, contudo, seriam relativos apenas ao custo de mercado dos filmes em Paris. Ou seja, todos os demais custos, como embalagem, transporte e custos de alfândega correriam por conta dos Ferrez. Segundo esse projeto de contrato, haveria uma redução nos preços cobrados pelos filmes impressos a partir do segundo ano do contrato (de Fr: 0,70 para Fr: 0,65 por metro) e outra redução a partir do terceiro ano (para Fr: 0,60 por metro). Essas reduções, no entanto, não se aplicariam a determinados filmes pelos quais a Pathé tinha que pagar certas taxas. Tratavam-se dos filmes SCAGL, dos Film d'Art Italien, os filmes Rigadin e os filmes do Max Linder⁴⁰. Esses

³⁹ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.12/ 07. Projeto de contrato entre a Compagnie Générale de Phonographes, etc. (Pathé Frères) e Marc Ferrez, datado de agosto de 1911.

⁴⁰ A Pathé estabeleceu ao longo do tempo diversos contratos, com diferentes companhias. Através desses contratos, a Pathé distribuía os filmes produzidos pelas companhias dentro e fora da França. A *Compagnie Générale, de Phonographes, Cinématographes et Appareils de Precision* (referida aqui como *Pathé Frères*), mantinha diferentes tipos de relações com diversas companhias produtoras: algumas criadas pela Compagnie Générale para produção de filmes no exterior; outras mantidas por contrato para distribuição de filmes; e outras ainda onde a Compagnie ou os próprios irmãos (Charles e Émile) Pathé eram acionistas.

A *Film d'Art* se enquadrava no segundo tipo de situação. A companhia foi criada em 1908, com a pretensão de fazer filmes com um nível artístico mais elevado do que os que vinham sendo feitos até aquele momento. E, para isso, ela começou a adaptar para o cinema textos já renomados, protagonizado por atores conhecidos. Henri Bousquet comenta que a própria Pathé provavelmente já estava pensando em fazer exatamente o mesmo nessa época. Então, ao tomar conhecimento da criação da *Film d'Art*, a *Pathé Frères* propôs à nova empresa a revelação dos seus negativos, assim

continuariam sendo cobrados pelo preço de Fr: 0,70 por metro ao longo de todo o tempo de vigência do contrato⁴¹.

A Pathé autorizava também a venda dos filmes usados desde que os Ferrez tivessem antes se colocado de acordo com o representante da Compagnie Générale. A companhia deveria ser informada sobre a venda desses filmes conforme elas fossem sendo efetuadas. Mas tanto a venda, como o aluguel dos filmes, estavam autorizados apenas para o Brasil. Ou seja, os Ferrez não poderiam alugar ou vender os filmes da Pathé e suas empresas associadas fora do país.

Já os aparelhos cinematográficos deveriam ser adquiridos em lotes de 6 unidades e teriam um desconto para os Ferrez de 10% sobre o preço do catálogo confidencial (um catálogo com preços diferentes daqueles distribuídos aos clientes). O projeto também previa que os Ferrez deveriam dar exclusividade à Pathé na venda de aparelhos e acessórios cinematográficos. Ou seja, eles só poderiam vender esse tipo de aparelhos se fossem provenientes da Compagnie Générale e suas associadas. No projeto também havia um outro artigo que estipulava que os filmes entregues aos Ferrez deveriam ser devolvidos dentro do prazo de 20 meses. Mas que se fosse constatado que algum filme tivesse se estragado, tornando-se inútil, ele poderia ser devolvido antes desse prazo. Esse artigo, contudo, parece não ter permanecido em vigor, pois no projeto do contrato ele se encontra todo riscado. O prazo que parece ter passado a vigorar de fato para essa devolução foi o de 24 meses (como aparece em contratos posteriores entre as duas firmas).

Contudo, em troca das “condições especiais” oferecidas aos Ferrez, a Pathé exigia o pagamento de 10% de todo o lucro bruto obtido pela venda ou locação dos filmes (virgens ou impressos, de qualquer procedência que fosse), assim como da venda dos aparelhos. Outra exigência era que 55% dos filmes adquiridos pelos Ferrez para o mercado brasileiro fossem da Pathé (nessa porcentagem não estavam incluídos os filmes

como a confecção e a exploração comercial de suas cópias. O contrato entre as duas empresas foi assinado naquele mesmo ano.

Já a SCAGL – *Société Cinématographique des Auteurs et Gens de Lettres*, criada também em 1908 e com objetivos semelhantes aos da *Film d'Art*, se enquadrava no terceiro tipo de situação. Era uma companhia composta por alguns poucos acionistas, sendo que o principal acionista individual era o próprio Charles Pathé. (BOUSQUET, 1994).

⁴¹ Em uma carta da MF&F à Pathé (Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.12/ 09), os Ferrez apresentam informações sobre a equivalência de valores da moeda brasileira em relação à moeda francesa. Com base nessas informações, podemos estimar que naquele momento (final de 1911 - início de 1912), 1 franco estava valendo cerca de 600 réis.

do Pathé-Jornal). Os Ferrez deveriam adquirir a cada semana uma metragem equivalente a oito séries do programa completo dos filmes feitos ou editados pela Compagnie Générale, desde que a metragem desses programas não ultrapassasse 3.000 metros. Os restantes 45% de filmes deveriam ser adquiridos prioritariamente dos outros produtores com os quais a Pathé mantinha negócios. Mas isso não era uma obrigação. Ou seja, os Ferrez deveriam dar preferência aos filmes desses produtores associados, mas não eram obrigados a adquirir deles. Quer dizer, não eram obrigados a adquirir os 45% como um todo, mas no projeto também estava estipulado que desses 45%, os Ferrez deveriam se comprometer a comprar um mínimo de 20% de filmes feitos por outras companhias. Subentende-se aqui que seriam outras companhias ligadas aos interesses da Pathé. Assim, na verdade, restavam aos Ferrez apenas 25% de filmes para escolherem livremente, em qualquer companhia que fosse.

Por outro artigo, os Ferrez deveriam ainda consentir que um representante da Pathé exercesse o controle (ou supervisão) da execução do contrato, tanto na sede do Rio de Janeiro, quanto nas demais agências da MF&F. Esse representante deveria ser pago pelos Ferrez, sendo que esse custo seria ressarcido pela Compagnie Générale. Já os seus custos de transporte deveriam ser arcados pela empresa brasileira, sem direito a ressarcimento. Esse representante poderia, ainda, ser substituído segundo a vontade da Pathé. Mas se ele fosse chamado de volta em um prazo inferior a um ano, a Compagnie Générale arcaria com os custos do seu retorno.

No caso de sinistro ou incêndio nos estoques dos Ferrez, a Pathé deveria ser ressarcida em 0.15 fr por metro de filme queimado ou danificado. E, caso tais eventualidades viessem a ocorrer, os Ferrez também deveriam reorganizar sua agência de forma a impedir a interrupção do fornecimento de filmes, continuando a comprar da Compagnie Générale.

Segundo o penúltimo artigo desse projeto de contrato, os Ferrez ficavam impedidos de montar teatros (salas de cinema) no Brasil, SEM O CONSENTIMENTO DA COMPAGNIE GÉNÉRALE. Ou seja, essa não era uma vedação integral, mas apenas parcial. Quer dizer, os Ferrez não eram realmente proibidos de ter salas de cinema. Apenas deviam obter o consentimento da Pathé antes de criá-las ou comprá-las. Mas, uma vez montadas, essas salas deveriam se submeter às mesmas condições

impostas em relação ao aluguel ou venda dos filmes. Ou seja, deveria ser pago à Pathé 10% sobre o lucro bruto da bilheteria.

Finalmente, ficava estipulado que a violação de qualquer cláusula do contrato possibilitaria à Pathé a sua rescisão, conforme o seu juízo. Ficava eleito, ainda, o Tribunal de La Seine (na França) como foro para a resolução de possíveis processos. E, assim, as duas partes informavam seus respectivos endereços:

- A Compagnie Générale informava como endereço sua sede social: 98, Rue Richelieu, em Paris.
- Já Marc Ferrez informava como endereço o estabelecimento (ou casa) de A. Nevière (seu representante na França): 53, Rue d' Hauteville, também em Paris.

Em outra correspondência, os Ferrez afirmam que o contrato foi firmado de fato em setembro daquele ano⁴². Mas, como o documento que consta no arquivo da Família Ferrez é apenas o projeto do contrato e não o contrato em si, não temos até o momento como ter certeza se todas essas condições foram realmente mantidas ou se houve alguma alteração no contrato propriamente dito. Contudo, uma outra carta enviada por Charles Pathé em 19 de setembro de 1911, informava que, como já constava em outras cartas escritas em 7 de setembro de 1910 e 13 de maio de 1911, o contrato de exclusividade dos seus produtos cinematográficos para o Brasil seria renovado por mais um ano (e não por cinco, como no projeto de contrato de agosto) com a Marc Ferrez & Filhos. As condições para a renovação do contrato apresentadas nessa carta também apresentam outras diferenças (assim como semelhanças) em relação ao projeto de contrato anterior. Segundo as novas determinações, a MF&F deveria adquirir um mínimo de 14.000 metros de filmes por semana. Ela poderiam escolher os filmes entre as novidades que eram lançadas pela Pathé todas as semanas. Mas nessa metragem não estava incluído o Pathé-Jornal, que também deveria ser comprado toda semana. Charles Pathé também autorizava os Ferrez a comprarem filmes de outras marcas (outras firmas) até o limite de 3.000 metros por semana. E os filmes passariam a ser cobrados segundo os seguintes preços:

⁴² Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.12/ 09.

- Filmes impressos PB..... Fr.: 1,00 por metro
- Filmes da série artística Pathé Frères (denominada S. A. P. F)... Fr.: 0,30 por metro
- Coloridos Fr.: 0,30 por metro
- Pathé-Jornal Fr.: 0,50 por metro
- Filme virgem positivo ou negativo..... Fr.: 0,40 por metro
- Viragens Fr.: Grátis

Os aparelhos, acessórios e grupos eletrogênicos (geradores de energia elétrica), modelo 1911, seriam cobrados dos Ferrez ao preço do catálogo confidencial, com desconto de 10% quando fossem comprados ao menos 6 unidades por mês. Exceção a essas condições eram os projetores, que segundo Charles, seriam cobrados pelos seguintes preços, ditos especiais:

- 280 Fr. por aparelho para encomendas de 6 unidades
- 300 Fr. por aparelho para encomendas inferiores a 6 unidades

Contudo, em 5 de janeiro de 1912 os Ferrez escreviam para a Pathé informando que não se sentiam em condições de cumprir as condições assumidas com a Compagnie Générale devido a mudanças nas tarifas aduaneiras para a entrada de filmes no Brasil⁴³. O Ferrez, no entanto se comprometiam em renovar o compromisso de continuar importando uma certa quantidade de filmes para o Brasil durante o prazo de um ano. Eles afirmavam ter tomado essa decisão após terem calculado o estado atual das locações de filmes, das suas despesas gerais, dos preços da Pathé e das taxas alfandegárias.

Segundo os Ferrez, no final de dezembro de 1911 o Congresso havia aprovado diversas modificações sobre os direitos aduaneiros, sem aviso prévio, sem consultas, debates ou negociações. Essas resoluções já haviam sido sancionadas pelo Presidente da República e, portanto, já haviam se tornado lei. Tratava-se da lei orçamentária para o ano de 1912⁴⁴. Entre os artigos que sofreram alterações em relação às taxas de importação estavam as películas cinematográficas. Segundo as novas determinações, passava a haver um aumento de 5 vezes na taxa de importação das cópias impressas. Assim, os filmes, que eram até aquele momento taxados em 5\$000 por quilo, passavam a ser taxados em 25\$000 por quilo. Os Ferrez afirmavam ainda que sobre esse preço deveria ser levado em conta a majoração do ouro, uma vez que todas as taxas

⁴³ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.12/ 09.

⁴⁴ Lei n. 2.524, de 31 de dezembro de 1911: Lei Orçamentária relativa ao ano de 1912.

alfandegárias eram calculadas em papel-moeda, mas a alfândega recebia essas taxas na proporção de 65% em papel e 35% em ouro. Sendo que 1\$000 (mil réis) de ouro valiam 1\$700 em papel. Ou seja, havia aí um acréscimo de 700 réis a cada mil réis. Dessa forma, quando o quilo era cobrado a 5\$000 ele saía na verdade por 6\$300. Agora, com a nova tarifa de 25\$000, ele passava a custar na realidade 33\$000. Além dessas taxas, ainda era acrescida mais uma outra taxa de 2% em ouro sobre o valor oficial das mercadorias. Acréscimo que era destinado à manutenção do porto (cais) e à amortização dos empréstimos feitos para a sua construção. Após fazerem as contas do custo total das taxas pagas semanalmente antes e depois da alteração, os Ferrez apresentam os seguintes números: eram importados semanalmente, incluindo o Pathé-Jornal, 15.000 metros de filme. O que equivalia a 133 quilos. Assim, antes os Ferrez pagavam 1:162\$700 por semana. Agora, com as novas taxas (ou novos valores), por esses mesmos 133 quilos eles deveriam pagar 5:152\$160 semanais. Isso representava uma despesa extra de quase 4:000\$000 (ou 6.650 francos)⁴⁵ por semana. Ou seja, esse aumento de tarifas representava um aumento de cerca 16:000\$000 (ou 26.600 francos) por mês. Assim, os valores determinados pela nova legislação seriam totalmente proibitivos, pois os Ferrez diziam que essa quantia era superior aos seus ganhos, diziam jamais ter obtido um lucro do mesmo vulto que a importância a ser paga com as novas tarifas. Por isso, eles não teriam como continuar arcando com as faturas devidas à Pathé somadas às novas taxas alfandegárias, mais as suas próprias despesas gerais. Com as mudanças das tarifas aduaneiras, toda a organização dos seus negócios teria que ser alterada.

Assim como os negócios da MF&F eram profundamente afetados por essa mudança nas tarifas alfandegárias, é bastante provável que elas tenham tido uma forte influência sobre a crise de 1912. Crise que levou ao fechamento de diversos cinemas e à paralisação quase total da produção de filmes no Rio de Janeiro, uma vez que essa produção era realizada basicamente pelas próprias casas exibidoras. O argumento de Alice Gonzaga (1996, p.94) de que tal crise também tenha se dado em parte por conta da falta de filmes para abastecer o crescente número de salas que abriam pela cidade até aquele momento, pode talvez encontrar suporte nessas modificações. Mas não por conta de uma incapacidade dos produtores estrangeiros em oferecer novos filmes em

⁴⁵ Esses valores, tanto em réis quanto em francos, são apresentados pelos próprios Ferrez em sua carta (Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.12/ 09) dirigida à Pathé Frères.

quantidade suficiente para preencher a demanda do mercado, e sim por conta do fato de que com a elevação das taxas aduaneiras os distribuidores nacionais se viram impelidos a diminuir (ao invés de aumentarem, como seria necessário para atender ao crescimento do número de salas) a quantidade de filme importado. Ao menos foi isso o que se passou com os Ferrez.

E, para complicar a situação, as condições econômicas do país – segundo os Ferrez – haviam piorado. Por isso, não haveria condições de aumentar proporcionalmente o preço da locação dos filmes. Pois isso forçaria ainda mais o fechamento das salas de cinema existentes. A única opção seria diminuir sensivelmente a quantidade de filmes importados. Assim, os Ferrez propunham à Pathé uma complicada operação (ou conta) para que mesmo reduzindo a quantidade de filmes importados, e não aumentando o preço dos alugueis, os lucros da Compagnie Générale se mantivessem os mesmos ou até viessem a aumentar. Eles apresentam duas proposições, as quais podem ser vistas detalhadamente no anexo 3. Parece ter sido a partir delas que as duas firmas chegaram a um novo acordo, firmado através de um contrato em 20 de fevereiro de 1912⁴⁶.

É complicado afirmar com certeza, mas os valores das taxas alfandegárias não parecem ter sido aumentados, como poderia parecer inicialmente, no intuito de proteger e estimular a produção nacional de filmes. Até porque um dos principais produtos necessários à produção de filmes, os negativos virgens, também sofreram majoração. E uma majoração ainda maior do que aquela das cópias impressas. Se a tarifa sobre essas últimas teve uma majoração de 5 vezes; sobre o negativo virgem essa majoração foi de 10 vezes, passando de 1\$000 para 10\$000 por quilo. Além disso, como foi colocado, essas alterações foram aprovadas sem nenhuma discussão com os agentes atuantes nesse mercado. E, mesmo que tal discussão tivesse ocorrido, dificilmente a ideia de proteção ou estímulo à criação de uma indústria de produção nacional de filmes teria sido defendida. Pois, como aponta Arthur Autran Franco de Sá Neto, só a partir de 1924:

[...] o meio cinematográfico [entendido aqui como o meio que defendia uma produção nacional de filmes] estava minimamente estruturado enquanto grupo consciente de possuir interesses comuns, isto a ponto de permitir o desenvolvimento mais ou menos conseqüente das idéias que surgiam e de defendê-las publicamente. (SÁ NETO, 2004, p.5).

⁴⁶ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.12/ 12.

Portanto, tratava-se mais provavelmente de uma majoração de valores com o mero intuito de aumentar a arrecadação tributária.

2.3 Tarifas aduaneiras - contexto e relação com o mercado cinematográfico:

Segundo Nícia Vilela Luz, a principal fonte de arrecadação da União até o advento da Primeira Guerra Mundial era justamente a receita advinda das tarifas aduaneiras. Em um país com uma indústria ainda bastante incipiente e que importava praticamente todos os artigos e utensílios necessários tanto às necessidades básicas da população, quanto ao agrado dos gostos refinados de sua elite, as tarifas aduaneiras representavam uma enorme fonte de renda para o governo. Ao mesmo tempo, a arrecadação advinda do consumo ou da produção interna tinha um peso muito menor nessas contas.

Em *A luta pela industrialização do Brasil*, a autora apresenta um panorama no qual a defesa pela industrialização do país teria tido seus primeiros lampejos ainda no final do período imperial. Mas só teria se tornado uma questão de maior amplitude após a instauração da República, que a princípio a via como o esteio para o novo regime e como solução para resolver os graves problemas de desequilíbrio na balança de pagamentos externos do país. Nessa fase, comenta Luz, o incentivo à indústria chegou a ter certa precedência sobre essa balança de pagamentos, resultando daí uma breve fase de forte incentivo à indústria (apesar de desorganizado e muitas vezes dando margem a favoritismos descabidos). Contudo, devido a fatores que fogem ao escopo desse trabalho analisar, tais expectativas de resolução dos problemas na balança de pagamentos não foram alcançadas. E com isso seguiu-se uma outra fase, a partir dos anos 1890, que passaram a diferenciar os tipos de indústria entre “naturais” e “artificiais”. As primeiras seriam aquelas desenvolvidas a partir de matérias-primas existentes no próprio país, enquanto as segundas seriam aquelas indústrias que importavam insumos semimanufaturados e completavam sua fabricação no país. Um exemplo desse último tipo de indústria era a de palitos de fósforo. Conforme se apontava, essa indústria importava quase todo o material necessário à fabricação e comercialização dos fósforos, consistindo o seu trabalho interno basicamente na junção ou conformação desses diferentes insumos.

Diante do fracasso da indústria em se firmar mais fortemente no país e resolver os problemas da balança de pagamentos, as políticas econômicas voltaram a se basear principalmente em função dessa balança. A partir de então, em geral, quando as indústrias recebiam algum tipo de apoio, esse era dado preferencialmente às indústrias “naturais” em detrimento das “artificiais”. O apoio pleiteado pelos industrialistas era essencialmente baseado na proteção aduaneira. Isto é, através do aumento das tarifas de importação dos produtos importados que se pretendia produzir no Brasil e isenções para importação de maquinarias e matérias-primas necessárias a essa fabricação. Mas essa posição enfrentava sérias resistências de diferentes setores, como a lavoura (que temia que a elevação das tarifas aduaneiras de produtos manufaturados pudessem provocar uma retaliação dos países desenvolvidos, na forma de elevação das tarifas de importação para os produtos agrícolas brasileiros), os consumidores (que tinham que arcar com os pesados custos dessa industrialização, tendo que comprar mais caro e com menor qualidade produtos que poderiam ser obtidos mais baratos e com melhor qualidade), e o próprio fisco (que via no aumento das tarifas aduaneiras a redução do volume de importações e, portanto, do volume de arrecadação da principal fonte dos cofres da União):

Repousando o sistema tributário da União sobre a arrecadação aduaneira, não foi possível aos poderes públicos, mesmo durante as administrações que se mostravam favoráveis à indústria nacional, estabelecer uma tarifa racionalmente protecionista que isentasse de direitos as matérias-primas e maquinarias e carregasse fortemente sobre os produtos manufaturados. Além do mais, havia de considerar os interesses dos consumidores que arcavam com o peso de um processo de industrialização dispendioso, que compravam por alto preço e baixa qualidade, artigos que podiam importar melhor e mais barato. Desse jogo de interesses antagônicos – os dos industriais, do fisco e dos consumidores – resultou uma tarifa aduaneira anárquica, que não se ousava reformar, tarifa que protegia algumas indústrias, que desagradava a maioria da nação, irritando profundamente a opinião pública e levando-a a atribuir à indústria nacional todos os males decorrentes, principalmente, de uma economia inflacionária crônica e de um crônico desequilíbrio da balança internacional de pagamentos, desequilíbrio que a indústria prometera sanar e que, no entanto, só viera agravar.

Se não obtiveram os industrialistas uma tarifa verdadeiramente protecionista, não deixou, contudo, o governo de recorrer a outras medidas para satisfazer a indústria brasileira. Consistiram essas na concessão de certos favores, como isenções de impostos, empréstimos, prêmios e mesmo, para algumas, proteção alfandegária. De modo geral, porém, duas foram as soluções encontradas que favoreciam tanto as indústrias como outros interesses igualmente fortes: a quota-ouro sobre os direitos de importação; solução que conciliava a indústria e o Tesouro nacional; e a estabilização da moeda a cambio relativamente baixo, solução pleiteada tanto pelas indústrias como por outros interesses ligados à produção nacional exportável,

particularmente os relativos ao café. Ambas as soluções contribuíram para a elevação do custo de vida, o que justificava a hostilidade crescente da opinião pública em relação à indústria nacional (LUZ, 1978, p.207-208)

Segundo Nícia Vilela Luz, a quota-ouro foi instituída em 1892 por conta das oscilações cambiais, sendo por um tempo abolida e depois retomada e mesmo aumentada quando, em 1905, a depreciação cambial se intensificou. O câmbio, que já estivera em 7 1/8 d. por mil réis em 1898 (LUZ, 1978, p. 180), chegou a 12 1/8 d. em 1904 e 15 25/32 d. em 1905 (LUZ, 1978, p. 136). Apesar de ter sido instituída com finalidades fiscais, a quota-ouro acabava dando certa proteção à indústria. Pois, ao mesmo tempo que influenciava na elevação do preço da libra e aumentava a arrecadação do governo, onerava os custos de importação de forma geral:

A idéia da elevação do imposto-ouro sobre os direitos de importação ganhou a nação e, no Congresso, foi apresentado um projeto no sentido de os direitos alfandegários serem cobrados na proporção de 50% em ouro e 50% em papel. Contra esse projeto manifestou-se o comércio importador do Rio de Janeiro [...], pois eram as oscilações cambiais as grandes fontes de lucro desse comércio. Os seus rogos foram, entretanto, em vão e a lei orçamentária de 1905⁴⁷ decretou a cobrança de 50% dos impostos aduaneiros em ouro para determinadas mercadorias e de 35% para as classes restantes. [...]

As classes atingidas pelo imposto de 50% em ouro abrangiam gêneros alimentícios cuja produção os nacionalistas procuravam incrementar no Brasil [...]. (LUZ, 1978, p.137).

Assim, segundo Nícia Vilela Luz, o aumento do imposto-ouro seria favorável à política financeira do governo, ao mesmo tempo em que conseguia dar uma certa proteção a alguns setores da nascente indústria nacional:

A elevação do imposto-ouro não contrariava, favorecia mesmo a política financeira do governo cuja preocupação constante era a satisfação de seus compromissos externos. Foi assim, o único meio de conseguir, no momento, uma maior proteção às indústrias nacionais. E, uma incidência de uma porcentagem mais alta sobre determinadas classes vinha, de certo modo, concretizar as aspirações nacionalistas da época, cuja tendência era amparar, sobretudo, os produtos propriamente nacionais, isto é, os que o país estava em condições de produzir. Não se abandonavam, porém, as indústrias existentes, mesmo as consideradas 'artificiais', donde a agravação de impostos sobre produtos semimanufaturados, como o fio de algodão, o ferro fundido ou gusa, as peles preparadas e os palitos de fósforo. (LUZ, 1978, p.137-138)

⁴⁷ Lei nº 1.452 de 30 de dezembro de 1905. Lei orçamentária referente ao ano de 1906.

A primeira referência explícita a cobrança de tarifas aduaneiras a produtos cinematográficos veio pouco tempo depois, em 31 de dezembro de 1907⁴⁸. A data parece não ser um acaso. Pois coincide com o *boom* do comércio cinematográfico na Capital Federal. É provável que, vendo o aumento desse comércio, os legisladores tenham resolvido, pela primeira vez, especificar o quanto deveria ser pago pela importação de seus produtos. Dessa forma, ficou estabelecido (como afirmavam os Ferrez em sua carta à Pathé⁴⁹) que as cópias impressas pagariam 5\$000 por quilo e os negativos virgens 1\$000 por quilo. Mas, além dessas, a lei também estabelecia que deveria ser paga uma outra taxa de 60\$000 pela importação de equipamentos de “cinematographo”. Essa última taxa não foi alterada quando se aumentou os custos de importação das películas no final de 1911, mantendo-se, provavelmente, sob o mesmo valor mesmo depois dessa data. Podemos observar, diante desse quadro, que a cinematografia não parecia ser enquadrada na categoria de indústria que mesmo os nacionalistas desejassem estimular, uma vez que sobre as películas (tanto impressas, quanto virgens) era aplicada a porcentagem de 35% de impostos em ouro e 65% em papel (conforme exposto na mesma carta dos Ferrez à Pathé).

De qualquer forma, o aumento das tarifas alfandegárias, através da elevação da quota-ouro, contribuiu para a elevação do custo de vida da população. Segundo Luz, até 1905 essa alta tinha sido causada principalmente pela inflação e pela depressão cambial. Mas, esse aumento da quota-ouro, que atingiu gêneros de primeira necessidade, agravou a situação, fazendo com que a opinião pública responsabilizasse a indústria pelo aumento ainda maior do custo de vida e passasse a promover uma violenta campanha contra a [fraca] proteção que o governo lhe dava.

Para dar uma ideia da elevação do custo de vida entre 1889 e 1912, Luz apresenta os seguintes números (extraídos de dados do Jornal do Comércio)⁵⁰:

⁴⁸ Lei nº 1.837 de 31 de dezembro de 1907: Lei orçamentária referente ao ano de 1908.

⁴⁹ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.12/ 09.

⁵⁰ LUZ, 1978, p. 144. Apesar de não estar explícito no texto de Luz, nos parece que os valores apresentados nessa tabela representam uma relação de proporção e não os valores dos produtos em expressos em réis. Até porque, cremos que seria bastante improvável que em 1889 todos esses produtos tivessem exatamente o mesmo valor.

Gêneros Alimentícios

Tabela comparativa da elevação do custo de vida: 1889-1912

	1889	1912
Arroz nacional.....	100	200
Arroz estrangeiro.....	100	400
Bacalhau.....	100	200
Feijão nacional.....	100	163
Feijão estrangeiro.....	100	161
Carne-seca.....	100	300
Açúcar.....	100	200
Banha estrangeira.....	100	200
Farinha de trigo.....	100	170

Cabe aqui uma observação sobre a relação entre a elevação do custo de vida nesse período, que pode ser constatada pela tabela acima, e os preços dos ingressos de cinema. Esses, ao contrário da tendência geral, diminuíram desde as primeiras exhibições ou se mantiveram estáveis (o que diante da elevação geral do custo de vida também poderíamos considerar como uma depreciação do seu valor real). Essa situação, podemos supor, deve ter contribuído para a popularização do cinematógrafo.

De qualquer maneira, conforme comenta Luz, diante do dilema de proteger as indústrias nascentes e ao mesmo tempo sustentar o tesouro nacional “evoluiu a tarifa alfandegária brasileira para um regime de crescente agravação de impostos, repleta de incongruências, onerando, ao mesmo tempo que pretendia favorecer, o desenvolvimento industrial do país” (LUZ, 1978, p.119). E mesmo os industrialistas reprovavam certas concessões feitas a certas indústrias através de favoritismos, pressões políticas e *lobbying*. Nesse sentido, Luz comenta que justamente a lei nº 2.524 de 31 de dezembro de 1911 (a mesma que aumentou os impostos de importação sobre as películas cinematográficas impressas e virgens) foi:

[...] particularmente pródiga em favores, concedendo diminuição de direitos alfandegários para a importação de matéria-prima para certas fábricas, de aparelhamento para outras, além de concessões feitas aos Estados e Municipalidades para a importação de material destinado à instalação de luz, força e viação urbana, abastecimento de água, rede de esgoto e calçamento, muitas dessas concessões prejudicando as fábricas brasileiras (LUZ, 1978, p.146).

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. O aumento do custo de importação das películas, que naquele momento não interessava a

nenhum dos agentes atuantes no setor – fossem os distribuidores, os produtores estrangeiros ou os exibidores, que naquele momento também eram os principais produtores nacionais – parece refletir simplesmente o descrédito e a fraca influência que o setor cinematográfico tinha junto à classe política. E, possivelmente, também junto aos nacionalistas, uma vez que os filmes aqui exibidos eram na sua grande maioria importados e, mesmo aqueles feitos no Brasil, dependiam inteiramente de insumos e equipamentos (películas, câmeras, material para laboratório, etc.) vindos do exterior; sendo provavelmente considerados como parte do que os nacionalistas classificavam como indústrias “artificiais”.

De qualquer forma, o debate em torno do uso das tarifas aduaneiras como recurso protecionista ou como recurso meramente fiscal foi uma constante durante todo esse período, tendendo a ter mais peso, na prática, o fator fiscal. Isso ao menos até a eclosão da Primeira Guerra Mundial. Pois, a partir desse momento, a indústria nacional começou a ter um papel maior em relação ao total da arrecadação pública. Ainda segundo Luz, a “contribuição dos impostos internos de consumo foi particularmente importante durante o período das hostilidades, quando, pela grande diminuição da importação, deu-se uma grande redução nas rendas provenientes dos direitos aduaneiros” (LUZ, 1978, p.152). Para se ter uma ideia da mudança de peso entre as arrecadações provenientes da importação e dos impostos de consumo interno, Luz apresenta uma comparação entre esses dois tipos de arrecadação nos anos de 1914 e 1917⁵¹:

Anos	1914	1917
Importação	150.548:351\$907	91.980:176\$388
Consumo	52.223:436\$844	93.514.560\$520

As restrições trazidas pela guerra, com a escassez de combustível e de produtos essenciais, também teriam despertado a consciência do governo para a necessidade de estimular o desenvolvimento interno de certas indústrias básicas, como a de extração do carvão e a siderurgia. Contudo, ainda demoraria bastante tempo para que o governo começasse a dar algum tipo de apoio ao meio cinematográfico (fosse para o setor da distribuição, da exibição ou da produção de filmes nacionais). Alguns distribuidores e produtoras estrangeiras ainda tentaram pleitear através de um memorando enviado ao

⁵¹ Antônio Carlos Ribeiro de Andrada, **Relatório apresentado ao Presidente da República no ano de 1917** (Rio de Janeiro, 1918), I, 3 e no ano de 1918 (Rio de Janeiro, 1919), I, 8. apud: LUZ, 1978, p. 152.

Ministro das Finanças, o rebaixamento das taxas alfandegárias impostas pela Lei n. 2.524, de 31 de dezembro de 1911, para os níveis anteriores⁵². Porém, essa solicitação parece não ter sido atendida, uma vez que, ainda em 1931, os valores das tarifas aduaneiras continuavam mais ou menos os mesmos, como se pode verificar no memorial apresentado pela Associação Brasileira Cinematographica a Getúlio Vargas⁵³. Memorial no qual os membros da associação requisitavam novamente a redução dessas tarifas, principalmente para a importação de cópias impressas, mas também de películas (negativas e positivas) virgens. Apesar dessas últimas constarem no memorial apenas de forma secundária, tal reivindicação pela diminuição das tarifas sobre as películas virgens já havia se tornado uma constante a partir dos anos vinte. Ou seja, a partir daquela estruturação do meio que defendia a produção de filmes nacionais. Mas, de fato, o governo só começou a dar alguma assistência ao mercado cinematográfico nacional (seja ao setor de produção, seja ao setor de exibição/importação) em 1932, a partir do decreto 21.240.

Esse decreto baixava as tarifas de importação de filmes impressos de 35mm para 10\$000 por quilo, e de filmes de 16mm ou 9mm para 5\$000 por quilo. Já os filmes virgens (positivos ou negativos) voltavam a ser cobrados sobre a base de 1\$000 por quilo. Este mesmo valor de 1\$000 por quilo também passava a ser cobrado dos filmes impressos que fossem classificados pela comissão de censura, que o mesmo decreto criava⁵⁴, como tendo valor educativo. E seria este viés, o da valorização de um cinema educativo, que faria com que fosse incluído nesse mesmo decreto 21.240/1932 o primeiro dispositivo de real estímulo à produção de filmes nacionais: o estabelecimento da exibição compulsória de um filme de curta metragem nacional considerado de caráter educativo em cada sessão cinematográfica comercial. Tais medidas, entre outras presentes no decreto de 1932, ajudaram a dar um certo impulso ao mercado cinematográfico brasileiro, por mais que não atendessem exatamente às demandas feitas pelos produtores (naquele momento já maloritariamente dissociados dos exibidores).

⁵² Essa solicitação pode ser vista no anexo 4.

⁵³ Arquivo Família Ferrez: FF-JF.2.3.1. Pelo que se depreende do memorando, apesar do quilo de película continuar sendo cobrado sobre as mesmas bases de 25\$000 (cópias impressas) e 10\$000 (películas virgens), o custo total das importações havia subido consideravelmente desde 1911, devido à elevação do valor do ouro.

⁵⁴ A censura dos filmes já era praticada no país, mas ficava a cargo dos municípios ou dos estados. A partir do decreto 21.240/1932, essa censura cinematográfica passava a ser nacionalizada. Assim, era criada uma comissão que passava a cuidar da censura dos filmes e que tinha autoridade sobre todo o território nacional.

Mas essa já é uma outra questão, que não cabe no escopo desse trabalho, nem pertence ao período por ele analisado.

Uma das estratégias já adotadas pela Pathé em outros países para contornar o problema da elevação das taxas aduaneiras sobre as cópias importadas foi a construção de laboratórios para a confecção das cópias dentro do próprio país onde elas seriam exibidas. Tal estratégia se assentava sobre o fato de que as tarifas eram cobradas sobre o peso (medido em quilos) das cópias importadas. Dessa forma, saía bem mais barato importar apenas uma cópia (ou um internegativo) dos filmes e fazer as demais cópias dentro do próprio país. Cópias que, não importa o número que fosse, não pagariam tal imposto de importação. Em diversos países (em geral os de maior peso econômico), a Pathé também passou a realizar uma produção local de filmes. Dessa forma, além de evitar os custos aduaneiros, a Pathé ainda tinha a vantagem de poder acrescentar uma certa “cor local” a esses filmes, algo bastante importante em diversos países a partir de determinado momento; além de diminuir os custos com o transporte de cópias. Mas esse último fator nos parece que só deveria ser possível em países que possuíam produção própria de negativos, caso contrário, os custos de transporte se manteriam os mesmos. Afinal, o fato das películas serem virgens ou estarem impressas não exerce nenhuma influência sobre o seu peso. E, portanto, não representaria nenhuma influência sobre os custos de transporte.

Tais estratégias, contudo, não parecem ter sido adotadas no Brasil. Até porque, além do país não possuir produção própria (ou interna) de negativos virgens, as taxas de importação desses, como vimos, também foram significativamente aumentadas. Arthur Autran Franco de Sá Neto (2012) sugere ainda que, talvez, os motivos que tenham levado a Pathé a não produzir filmes ou mesmo cópias no Brasil sejam ainda mais complexos, envolvendo problemas como falta de laboratórios adequados, de pessoal capacitado e de *know-how* para esse tipo de produção, dentro dos padrões da companhia francesa.

Talvez esses fatores tenham feito como que a alternativa de fabricar as cópias dentro do Brasil não se apresentasse como uma alternativa vantajosa. Mas seja como for, parece que os distribuidores e as produtoras estrangeiras conseguiram superar essa crise e manter o comércio cinematográfico em níveis economicamente viáveis, conseguindo até mesmo, com o passar do tempo, ampliar o seu escopo. Afinal, pelo que

Alice Gonzaga apresenta em *Palácios e Poeiras*, apesar de uma certa flutuação, o número de salas de cinema no Rio de Janeiro continuou subindo até a década de 1950⁵⁵.

2.4 Contrato realizado entre a MF&F e a Pathé Frères em 1912:

Em relação aos rumos específicos e mais imediatos da Marc Ferrez & Filhos, o que ficou estipulado, através do contrato firmado com a Pathé em 20 de fevereiro de 1912, foi que, devido às modificações que ocorreram no mercado de filmes e aparelhos cinematográficos [talvez em uma referência à CCB] e por conta do grande aumento das tarifas alfandegárias sobre a entrada dos filmes no Brasil (que começaram a ter efeito a partir de 1º de janeiro de 1912), tanto a Compagnie Générale, quanto a Marc Ferrez & Filhos concordavam em rescindir os acordos (ou o contrato) anteriores e realizar um novo arranjo comercial. Entretanto, a maior parte do novo contrato permanecia idêntica ao anterior. As principais diferenças em relação ao projeto de contrato de agosto de 1911 (e as modificações explicitadas pela carta de 19 de setembro de 1911) eram as seguintes: Nesse novo acordo, a MF&F concordava em adquirir ao menos 5 séries de 2.500 metros (ou 12.500 metros) de filmes por semana, ao invés dos 14.000 metros semanais estipulados anteriormente. A Pathé cedia a Marc Ferrez & Filhos a exclusividade da exploração dos seus aparelhos e acessórios cinematográficos, assim como dos filmes de 35mm de largura destinada aos aparelhos profissionais, por um período de mais três anos (ao invés de um ano). Esse prazo começava a contar em 1º de fevereiro de 1912 e terminava em 31 de janeiro de 1915. Assim como no acordo anterior, ficavam de fora desse contrato os aparelhos e filmes destinados ao mercado amador. O valor a ser cobrado pelos filmes também recuava. Ao invés dos valores mais elevados, estipulados na carta de setembro, voltavam a ser cobrados os valores constantes no projeto de agosto. Ou seja:

⁵⁵ Os números apresentados no livro são os seguintes: 9 salas em 1906; 36 em 1907; 43 em 1908; 56 em 1909; 72 em 1910; 70 em 1911; 63 em 1912; 58 em 1913; 64 em 1914; 72 em 1915; 74 em 1916; 79 em 1917; 79 em 1918; 80 em 1919; 85 em 1920; 98 em 1921; 98 em 1922; 94 em 1923; 92 em 1924; 92 em 1925; 93 em 1926; 95 em 1927; 104 em 1928; 107 em 1929; 107 em 1930; 101 em 1931. Apesar de alguma oscilação, esses números teriam continuado a crescer, chegando ao ápice de 196 salas (174 de 35mm, e 22 de 16mm) em 1955.

- Filmes impressos PB., coloridos, da Série d'Art e científicos editados pela própria Pathé..... Fr.: 0,70 por metro
- Pathé-Jornal Fr.: 0,50 por metro
- Filme virgem positivo ou negativo..... Fr.: 0,40 por metro

Assim como antes, esses preços eram considerados como preços de mercado em Paris. Ou seja, todos os custos de envio dos filmes ao Brasil, de embalagem, das tarifas alfandegárias e demais taxas ficariam por conta da MF&F. Também ficava estipulada uma redução dos custos no segundo ano do contrato (ou seja, de 01/02/1913 a 31/01/1914) e outra a partir do terceiro ano (01/02/1914 a 31/01/1915), exatamente sob as mesmas condições do projeto de agosto de 1911.

Nesse novo contrato passava a ficar explicitado o prazo de 24 meses para a devolução dos filmes em aluguel. A Pathé também exigia que todos os aparelhos e acessórios cinematográficos vendidos pela MF&F fossem da Compagnie Générale; à exceção dos motores, dínamos, grupos eletrogênicos (geradores) e carvão, que poderiam ser comprados de outros fabricantes. Assim como no projeto de agosto, a Pathé continuava a exigir o pagamento de 10% sobre o lucro bruto da venda ou locação de todos os filmes (virgens ou impressos), assim com da venda dos aparelhos. Mas no caso dos Ferrez abrirem um sala de cinema para exploração por conta própria, a exigência de participação sobre a bilheteria caía de 10% para 5% do faturamento bruto. Também aparecia aqui uma outra condição que chama bastante atenção considerando-se o ano (1912): segundo as determinações da Pathé, nos cinemas não controlados diretamente pelos Ferrez, mas aos quais eles alugassem os filmes não a uma taxa fixa, mas mediante uma porcentagem da bilheteria, 10% dos lucros dos Ferrez deveriam ser repassados à Compagnie Générale. Ou seja, tratava-se da possibilidade de cobrança dos aluguéis dos filmes a partir de uma porcentagem da bilheteria. Sistema que só a partir dos anos 20 começaria a se implantar mais efetivamente⁵⁶, mas que já era cogitado aqui.

A exigência seguinte também já constava no projeto de contrato de 1911, mas com algumas alterações. Ela dizia respeito à obrigação dos Ferrez de adquirir da Pathé 55% dos filmes que eles iriam comercializar no Brasil (isso sem contar com o Pathé-Jornal). A diferença estava no fato de que, dentro dos 45% restantes, se eliminava a

⁵⁶ Inclusive, não encontramos nos contratos realizados entre a MF&F e seus diferentes clientes nesse período, nenhum acordo feito nessa base.

exigência da aquisição de um mínimo de 20% de filmes feitos pelas outras companhias associadas à Pathé.

Também como no projeto anterior, ficava estipulado que em caso de sinistro ou de incêndio do estoque, a Marc Ferrez & Filhos deveria pagar à Compagnie Générale o valor de 0,15 francos por metro de filme inutilizado. Mas a diferença é que esse valor seria devido caso tal eventualidade ocorresse depois de um mês dos filmes estarem em posse dos Ferrez. Pois, caso ocorresse antes desse prazo, o valor a ser ressarcido à Compagnie Générale deveria ser de 0,35 francos por metro de filme.

Outra diferença ainda era a existência de uma cláusula que explicitava a proibição à MF&F de vender ou alugar os aparelhos e filmes da Pathé fora do Brasil. Por outro lado, esse novo contrato atribuía aos Ferrez plenos poderes para perseguir e processar os falsificadores dos filmes feitos pela Pathé e apreender todos os filmes e aparelhos provenientes da Compagnie Générale que entrassem no país sem o consentimento da Marc Ferrez & Filhos. Contudo, não sabemos até onde essa atribuição de poderes poderia ser realmente eficaz, devido às limitações (ou da possível inexistência) de leis que garantissem a exclusividade de direitos autorais à Pathé e, por conseguinte, à MF&F, como será discutido em outro capítulo.

De qualquer forma, em 20 de junho de 1912, a Pathé enviava nova carta à MF&F, modificando mais uma vez algumas condições dos seus negócios⁵⁷. Nessa carta a empresa informava aos Ferrez que em decorrência das negociações motivadas pela criação da Companhia Cinematográfica Brasileira, que segundo os Ferrez, pretendia exercer um trust (ou monopólio) do mercado brasileiro, a Pathé concordava em modificar algumas cláusulas do contrato firmado em 20 de fevereiro de 1912. Com essas modificações, a Pathé abria mão do recebimento de qualquer benefício proveniente da exploração dos filmes aqui no Brasil a partir de 1º de julho. Entretanto, as 5 séries semanais de 2.500 metros que os Ferrez se comprometiam a adquirir voltariam a ser cobradas ao preço de 1 franco por metro. Apenas no caso da MF&F fazer alguma aquisição superior a essa metragem semanal, o metro de filme sairia por 0,70 francos. Segundo a Pathé, esses preços eram líquidos e valeriam tanto para filmes impressos PB, como para viragens ou coloridos. O preço do Pathé-Jornal também aumentava, de 0,50 para 0,60 francos por metro. Todas as outras cláusulas do contrato

⁵⁷ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.12/ 13.

de fevereiro permaneciam inalteradas, em especial a que concernia à compra de filmes virgens, positivos e negativos, assim como dos aparelhos e acessórios.

Entretanto, essas modificações, baseadas na justificativa de salvaguardar a MF&F da competição imposta pela Companhia Cinematográfica Brasileira, parecem um tanto estranhas, uma vez que, segundo a documentação constante no arquivo da família Ferrez, a MF&F já havia vendido todos os seus ativos para a CCB, incluindo os direitos de representação da Pathé no Brasil, em 30 de maio daquele mesmo ano de 1912. A hipótese que parece mais plausível para tais modificações é que elas tenham sido motivadas por solicitações enviadas pelos Ferrez antes que sua firma fosse incorporada à CCB. Talvez as medidas tenham chegado tarde demais para impedir essa incorporação. Ou, talvez, mesmo que implementadas com maior antecedência não fossem suficientes para proporcionar à MF&F fôlego suficiente para fazer frente à força que a CCB vinha ganhando.

3 OS PRIMEIROS CONTRATOS DOS FERREZ COMO REPRESENTANTES DA PATHÉ FRÈRES:

Mais dois fatores que indicam que o contrato entre a MF&F e e Pathé Frères foi feito em 1907-1908 (e não em 1905) são as seguintes:

- 1º: Foi nesse período que a Pathé passou da venda para a locação das cópias de seus filmes. E como o contrato dos Ferrez se baseava em grande parte na locação dessas cópias, seria difícil que ele tivesse sido assinado antes desse momento.
- 2º: É do final de 1907 que temos (ao menos nos arquivos da Família Ferrez) os primeiros contratos de locação de filmes. Sendo o primeiro justamente aquele feito entre Marc Ferrez e Arnaldo Gomes de Souza em 21 de outubro de 1907⁵⁸.

Na verdade não se tratava exatamente de um contrato de fornecimento de filmes, mas de uma sociedade que Marc Ferrez e Arnaldo Gomes de Souza formavam entre si para a exploração da exibição cinematográfica. Tratava-se da sociedade firmada em

⁵⁸ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.1.1.

torno do primeiro Cinema Pathé, localizado nos prédios da Avenida Central n^{os} 147 e 149.

A firma teria a razão social de *Arnaldo & Cia.*, ficando estabelecido que Marc Ferrez se responsabilizaria pelo fornecimento dos filmes e Arnaldo Gomes ficaria responsável pela gerência, administração e direção do cinema. Também ficava estabelecido que nenhum dos sócios poderia abrir outra sala de cinema sem antes estabelecer acordo mútuo, com exceção do cinema já existente no Passeio Público, que pertencia exclusivamente a Arnaldo Gomes de Souza. A sociedade teria duração de 3 anos, a contar de 1^o de setembro de 1907. E seria formada pelo capital de 30 contos de reis, pertencendo a metade a cada um dos sócios.

Todas as semanas, após terem sido pagas as despesas, os lucros líquidos seriam depositados em um banco, numa conta corrente criada especificamente para esse fim. E no final de cada mês seria realizado o balanço de caixa, o qual deveria ser assinado por ambos os sócios, sendo os lucros repartidos igualmente. Contudo, deveria ser conservado em tal conta o montante de 10 contos de réis para eventuais emergências.

Segundo anotações de Gilberto Ferrez⁵⁹, esse primeiro Cinema Pathé foi inaugurado em 18 de setembro de 1907. Sendo que os prédios teriam sido arrendados por um período de 5 anos, a 5 contos de réis por mês.

3.1 Sociedades entre os próprios Ferrez

Mas antes mesmo do contrato com Arnaldo Gomes de Souza, Marc Ferrez estabeleceu dois outros contratos de sociedade com seus próprios filhos, Júlio e Luciano. O primeiro, datado de 1^o de outubro de 1907, incluía Julio e Luciano na firma de Marc Ferrez, ainda estabelecida na rua São José, 96. A partir dessa data, o estabelecimento passava a ter a razão social de Marc Ferrez e Filhos [Grifo nosso].

Marc Ferrez continuava à frente da gerência da firma, cuidando também do Caixa e das assinaturas de papéis de crédito relativos à sociedade; enquanto Júlio ficava responsável pela direção da oficina de reprodução de “vistas” e Luciano pela parte de correspondências e escrituração dos livros auxiliares, sendo que ambos (Julio e Luciano) não poderiam ter outros negócios de nenhuma espécie.

⁵⁹ Arquivo Família Ferrez: FF-GF 4.0.2.1.1/1.

O Capital Social da sociedade era de 101:000\$000 (cento e um contos de réis). Sendo que desses, 61:000\$000 pertenciam a Marc Ferrez e 20:000\$000 pertenciam a cada um de seus filhos. Os sócios retirariam mensalmente para as suas despesas particulares o valor de 400\$000 (quatrocentos mil réis), que seriam lançados a conta como “Despesas Gerais”. Esse valor poderia ser aumentado se houvesse comum acordo entre os três.

E em 30 de setembro de cada ano seria efetuado o balanço, o qual seria assinado no Diário pelos sócios, e os lucros líquidos seriam partilhados na porcentagem do capital de cada um

Nessa primeira sociedade, parece que os negócios ainda estavam mais voltados para a exploração dos artigos relacionados à fotografia, pois assim era especificado no contrato:

Contrato de sociedade que entre si fazem Marc Ferrez e seus filhos, Júlio e Luciano, **para a continuação de negócio de artigos concernentes à fotografia**, na rua São José, 96, sob a razão social de Marc Ferrez e Filhos.⁶⁰

Essa sociedade deveria durar por três anos, iniciando em 1º de outubro de 1907 e terminando em 30 de setembro de 1910. E mesmo depois de findo esse prazo, ela poderia continuar se regendo por esse mesmo contrato até que esse fosse reformado. Contudo parece que isso não aconteceu. Pois consta no arquivo da Família Ferrez um outro projeto de contrato de sociedade entre Marc Ferrez e seus filhos⁶¹ que alterava várias cláusulas do contrato anterior. Começando pelo nome da firma, que passava a ser Marc Ferrez & Filhos [Grifo nosso].

Apesar de não constar nesse projeto de contrato a data de sua elaboração, ele parece ter sido constituído logo em seguida ao anterior, com o intuito de substituí-lo e de explorar o novo ramo cinematográfico. Sendo bastante provável que tal alteração tenha se dado por conta da obtenção da representação da Pathé Frères para o Brasil:

A firma constituída por esse instrumento destina-se ao negocio de cinematographos, accessorios dos mesmos, films cinematographicos, aparelhos similares e congêneres, e tudo quanto se relacione a este artigo explorando-o por venda, fabricação, troca, alugueis, exhibições e todas as formas possíveis admittidas em commercio e industria⁶²

⁶⁰ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.3.1/ 3 [Grifo nosso]. Segundo esse contrato, a firma foi registrada (provavelmente na Junta Comercial do Rio de Janeiro) em 31 de outubro de 1907, sob o nº 59170.

⁶¹ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.3.1/ 4.

⁶² Ibid.

A duração dessa nova firma seria de 5 anos. E, caso não fosse declarada a sua interrupção, ao fim desses 5 anos o contrato seria renovado por igual período. O seu capital era de 120 contos de réis, divididos em 3 partes iguais entre seus sócios. Os lucros líquidos, que seriam verificados por balanços anuais realizados aos dias 31 de dezembro de cada ano, também seriam repartidos em partes iguais entre Marc, Júlio e Luciano. Da mesma forma que no contrato anterior, ficava estipulada a retirada mensal de 400\$000 para cada sócio⁶³. E, também como no contrato anterior, nenhum sócio poderia, nem individualmente, nem em nome da firma, ser fiador de qualquer contrato, ou instrumento de crédito, emprestar dinheiro, aceitar ou endossar letras de favor para negócios particulares.

3.2 Negócios com Christovão William Auler

O segundo acordo para fornecimento de filmes que consta no arquivo da Família Ferrez é aquele feito com William Auler, dono do *Cinematografo Rio Branco*. Não consta no arquivo o contrato feito entre a MF&F e Auler. Mas consta uma carta datada de 8 de abril de 1908, na qual Auler escreve para os Ferrez para confirmar o acordo (tratado verbalmente) de fornecimento dos filmes da Pathé Frères para serem exibidos no *Cinematografo Rio Branco* simultaneamente à exibição desses mesmos filmes no *Cinematógrafo Pathé* (de propriedade dos Ferrez e de Arnaldo Gomes de Souza)⁶⁴.

Ao receber a resposta dos Ferrez, Auler contesta apenas o valor de 1\$900 por metro, cobrado pelos filmes coloridos⁶⁵. Valor que considerava excessivo. Contesta também a cobrança do valor de 700 réis por cartaz, uma vez que esses, segundo alegava

⁶³ Essa remuneração mensal era bem superior àquela paga a trabalhadores braçais, colocando os Ferrez ao menos dentre uma nascente classe média. Para critério de comparação, podemos colocar que, quando chegou ao Brasil em 1887, Francisco Serrador trabalhou nas drenagens dos esgotos de Santos, ganhando por tal serviço \$800 réis por dia (SILVA, 1951, p.37), o que em 30 dias de trabalho daria apenas 24\$000. É bem verdade que esse dado é relativo a uma outra cidade e de alguns anos anteriores ao contrato estabelecido entre os Ferrez, mas ainda assim serve para dar uma ideia da diferença de valores entre a remuneração desses últimos e aquela recebida por um trabalhador braçal. E ainda temos que considerar que os 400\$000 eram apenas a quantia fixa retirada mensalmente pelos Ferrez. Pois, ao final de cada ano (e após feita a devida contabilidade), eles ainda repartiam os lucros líquidos obtidos pela empresa.

⁶⁴ Arquivo da família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.3/1.

⁶⁵ Como visto no capítulo anterior, os preços da metragem das cópias coloridas, P&B e das viragens eram diferenciados nesse momento.

Auler, eram fornecidos gratuitamente pela Pathé Frères. Além dos filmes em si, e dos cartazes para divulgação, também eram enviados aos locatários dos filmes as descrições dos programas com as traduções em português. Mas nem todos os filmes tinham cartazes, apenas aqueles que se considerava de maior vulto e possuindo maior apelo comercial. Não encontramos no arquivo as cartas enviadas pelos Ferrez a William Auler nem, como foi dito, o contrato provavelmente firmado entre eles. Mas certamente as duas partes chegaram a um acordo e o fornecimento dos filmes passou a ser realizado.

Mas, além da relação de locatário, Auler também estabeleceu um acordo com os Ferrez para a realização de filmes para seu cinema. Através dessa associação foram produzidos diversos filmes, inclusive os célebres *filmes cantantes*⁶⁶. Muitos desses filmes, que em geral eram feitos por Júlio Ferrez, obtiveram grande sucesso de público.

Entre os filmes feitos por Júlio Ferrez para William Auler estão, por exemplo, os seguintes: *Barcarola* (1908); *Duo de los patos* (1908); *Duo de la africana* (1908); *Sonho de Valsa* (1909); *A Viúva Alegre* (1909); *A Gueixa* (1909); *Vissi d'arte, vissi d'amore* (1910); *La Madrilena* (1910); *I Pagliacci* (1910); *Os efeitos do maxixe* (1910); entre outros. Mas não foi só para Auler que Júlio Ferrez filmou. Ele também fez filmes para Francisco Serrador [*A Marcha do Cadiz* (1910); *O Cometa* (1910); *A Serrana* (1911) e *O Conde de Luxemburgo* (1911)], assim como para a Pathé Frères (em geral filmes de caráter documental destinados a integrar o *Pathé Jornal*). Além desses, Júlio também produziu alguns filmes por iniciativa da própria família ou empresa, como o afamado *A Mala Sinistra* (1908). Filme baseado em um crime real e que obteve um considerável sucesso de público. Justamente por conta do sucesso que muitos desses filmes faziam, é curioso que poucos deles tenham sido feitos por conta da própria MF&F, tendo Júlio feito a maior parte dos filmes para terceiros. Uma das hipóteses para isso é aquela sugerida por Alice Gonzaga, que comenta que Jácomo Rosário Staffa teria enviado uma carta para a Pathé denunciando a associação dos Ferrez com Arnaldo Gomes de Souza para a constituição da sala de cinema, pois haveria uma cláusula no contrato dos Ferrez com a Pathé que os impediria de ter salas de cinema⁶⁷. Assim, em decorrência dessa denúncia os Ferrez teriam precisado simular que o *Cinematógrafo*

⁶⁶ *Filme cantante* era a denominação dada aos filmes que geralmente reproduziam trechos de operetas ou outras músicas populares. Nesses filmes, os atores e atrizes se postavam atrás da tela e cantavam as respectivas músicas projetadas na tela, tentando manter o máximo de sincronismo possível com as pessoas na tela (que podiam ser elas mesmas ou algum outro artista, nacional ou estrangeiro).

⁶⁷ Essa questão da proibição da abertura de salas imposta pela Pathé também já foi discutida no capítulo anterior.

Pathé tinha ganho outro sócio, Manoel Figueiredo, e teriam que ter passado a fazer acordos mais arriscados para conseguir pontos de exibição estratégicos e mesmo uma produção própria de filmes:

Nesse sentido destacou-se a associação com o Cinematógrafo Rio Branco. Em princípio a intenção deveria ser exibir apenas a produção da *Pathé* e complementá-la com os filmes ‘cantantes’ realizados por Júlio Ferrez. Contudo, desta vez provavelmente não havia documentos assinados, e o Rio Branco, com o extraordinário sucesso dos registros nacionais, dispensou a programação estrangeira e ficou com os lucros, chegando mesmo a trocar Júlio por Alberto Botelho. Em seu depoimento a Adhemar Gonzaga, o preterido se lamentaria ter ganho apenas o salário combinado. (GONZAGA, 1996, p. 92)

Contudo, conforme discutido no segundo capítulo, essa vedação à posse de salas de exibição por parte dos Ferrez, supostamente imposta por contrato feito com a *Pathé Frères* não era total. Como dissemos anteriormente, o contrato original entre as duas empresas não foi até o momento localizado. Portanto, não temos como afirmar com certeza o que ele especificava. Mas em contratos posteriores, o que consta é apenas que se os Ferrez quisessem abrir salas de exibição deveriam obter autorização prévia da *Pathé*, assim como dividir uma parte dos lucros da arrecadação dessas salas com a companhia francesa. Além do mais, em momento algum, em nenhum dos contratos, se fala sobre direitos ou deveres relativos à produção de filmes. Assim sendo, diante dessa ausência, supomos que não houvesse nada que realmente impedisse legalmente ou contratualmente a MF&F de produzir seus próprios filmes. Daí a permanência da dúvida do por quê parar de fazer filmes próprios e passar a realizar para terceiros em um momento em que muitos desses filmes faziam bastante sucesso. O filme *A Viúva Alegre* (feito para William Auler), por exemplo, já tinha feito sua 300ª exibição em dezembro de 1909. E seu produtor informava que haviam sido vendidas até aquele momento 147.672 entradas (ARAÚJO, 1976, p. 315), o que provavelmente deu uma arrecadação de cerca de 147.672\$000 (considerando-se 1\$000 como o preço médio dos ingressos)..

Porém, diferente do que afirma Alice Gonzaga, o acordo entre Auler e a MF&F para a produção de filmes foi, sim, colocado no papel. E através dessa documentação podemos ver que o valor que a MF&F recebia pela produção dos filmes era muito inferior ao valor provavelmente arrecado com *A Viúva Alegre*. Há, contudo, que se considerar que *A Viúva Alegre* foi um filme que se destacou, obtendo recordes de bilheteria. Mas, ainda assim, mesmo para filmes de menor sucesso comercial, a

diferença entre o que a MF&F recebia e o que Auler arrecadava parecia ser bastante grande. Tanto que, anos mais tarde, Julio falaria sobre sua experiência como realizador de filmes com um certo pesar e como se essa parte de suas atividades dentro do campo do cinema (a parte de produção de filmes) não fosse algo mais do que uma espécie de extravagância juvenil. Pois, as atividades da família dentro desse campo se concentravam na realidade nos setores de venda de equipamentos, distribuição e exibição de filmes; sendo a produção uma atividade bastante secundária:

Certo dia fui procurado pelo Sr. Moreira um dos socios [do cinema Rio Branco] para fazer uma fita cantada. Na mocidade tudo é permitido. Experimentamos com o maestro Costa Junior. Meu aparelho era um dos primeiros da Pathé, fazia 60 metros no máximo. [...] D'ahi uma serie de films do mesmo tamanho até que atrevi-me a fazer, sempre com o Costa Junior – A Viuva Alegre [..] A firma fez uma fortuna e eu ganhei simplesmente meu trabalho⁶⁸.

O que o acordo feito entre William Auler e a MF&F previa era o seguinte: o fornecimento de filmes por parte dos Ferrez, que receberiam um pagamento fixo por cada filme, aparentemente não participando dos eventuais lucros ou prejuízos que pudessem advir dos mesmos. É isso o que consta na carta enviada por Auler para os Ferrez em 27 de outubro de 1908, para confirmar o acordo feito verbalmente entre ele e Julio Ferrez para o fornecimento de filmes falantes nacionais⁶⁹. Pelo acordo, os Ferrez ficariam responsáveis pela realização dos filmes e pelo fornecimento dos negativos virgens, e Auler se responsabilizaria por conseguir os artistas. Segundo a proposta de Auler, deveriam ser fornecidos dois filmes falantes nacionais por semana, ao preço de 2\$500 por metro. Sendo que os negativos finais, assim como uma cópia dos filmes, deveriam ser entregues a Auler. E, no caso de se necessitar de cópias adicionais dos filmes, essas deveriam ser feitas ao custo de 1\$500 por metro. Considerando que esses filmes em geral não chegavam nem a 1.000 metros (ou 55 minutos de projeção, a 16 qps), vemos a diferença de valores obtidos entre a MF&F e Auler. Mesmo considerando a hipótese de um filme de 1.000 metros, os Ferrez ganhariam 2.500\$000 pela sua realização, tendo que descontar desse valor os negativos virgens e os custos de revelação e da confecção da cópia. Com isso sua margem de lucro diminuía consideravelmente. Por outro lado, há que se levar em consideração que apesar desse

⁶⁸ Arquivo Família Ferrez: FF - GF.4.1.2.1.1. Esse documento se constitui em um depoimento tomado de Júlio Ferrez provavelmente por seu filho, Gilberto, no intuito de subsidiar um trabalho sobre os cinemas Pathé e Pathé Palácio. O documento não está datado.

⁶⁹ Arquivo da Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.3/4.

valor de 2.500\$000 ser bem menor do que aquele arrecadado nas bilheterias de um filme como a *Viúva Alegre* (cerca de 147.672\$000), ele não chegava a ser um valor pequeno. Com dois filmes por semana, a MF&F deveria receber cerca de 20.000\$000 por mês: bem mais do que os 5.000\$000 mensais devidos pelo aluguel do imóvel onde ficava o seu cinema. Temos que levar em consideração, ainda, que todo o risco do investimento ficava com Auler, enquanto que para a MF&F o lucro era certo. Rafael de Luna Freire⁷⁰ aponta ainda que tão importante quanto a realização do filme em si e dos seus materiais e procedimentos técnicos (que ficavam a cargo dos Ferrez), eram os artistas contratados para encenar perante a câmera e, depois, atrás do palco. E estes eram pagos por Auler, sendo bastante provável que mantivessem contrato com ele.

Não encontramos na documentação dos Ferrez a confirmação do acordo. Mas, como é amplamente conhecido, a parceria entre o dono do *Cinematographo Rio Branco* e os Ferrez foi levada a cabo, com Júlio Ferrez realizando diversos filmes para Auler.

3.3 Contrato com Paschoal Segretto

O terceiro contrato firmado pela MF&F foi feito com Paschoal Segretto. Em 18 de abril de 1908, os Ferrez escrevem a Segretto para firmarem acordo sobre o fornecimento de filmes⁷¹. As novidades da Pathé seriam fornecidas sob as seguintes condições:

O fornecimento do mesmo programa que era exibido no *Cinematógrafo Pathé* e no *Cinematógrafo Rio Branco* (de William Auler) seria fornecido a Segretto. Esses programas nunca seriam menores do que 500 metros ou maiores de 650-680 metros (sendo esses últimos bastante raros). No entanto, as novidades da Pathé só poderiam ser exibidas ao mesmo tempo que nos cinemas citados acima se Segretto não realizasse as exhibições no *Pavilhão Internacional* (que ficava na Avenida Central e fazia concorrência ao *Cinematógrafo Pathé*) ou no *Colosso* (que ficava no Largo do Rocio e fazia concorrência ao cinema de Auler). Os Ferrez admitiam, no entanto, que Segretto

⁷⁰ Apontamento realizado durante a defesa dessa dissertação, em março de 2012.

⁷¹ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.15/ 01. Mas apesar dessa proposta inicial, conforme um outro documento (Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.15/ 04) que trata de um litígio entre Segretto e a MF&F, parece que o contrato entre as duas partes só foi efetivamente firmado em 28 de abril de 1908.

passasse as novidades nas várias outras casas que possuía, citando a Praça Onze, Campos, São Paulo e Bahia.

Nesse momento, os filmes costumavam ficar em cartaz por apenas 3 dias. O mais comum no Rio de Janeiro era que houvesse a exibição de um programa de terça à quinta, e outro de sexta a domingo ou segunda (também era comum não haver sessões nesse último dia). Assim, os filmes seriam fornecidos duas vezes por semana: às segundas e às quintas. Ou seja, seriam entregues na véspera da data de sua exibição, e as descrições dos programas seriam entregues na antevéspera. Já o pagamento, deveria ser feito à vista, no ato da entrega.

Os seguintes preços seriam cobrados de Paschoal: pelos cartazes \$700 réis cada. Para os filmes em preto e branco, 1\$100 o metro, com acréscimo de \$700 réis o metro para os filmes coloridos (ou seja, 1\$800 o metro do filme colorido). Mas, nesse caso, o acréscimo só seria cobrado nas partes coloridas do filme. Assim, os Ferrez forneciam o seguinte exemplo:

Um filme de 225 metros, a 1\$100 o metro, daria.....	247\$000
Viragem.....	4\$000
168 metros coloridos, com acréscimo de \$700.....	117\$000
Ou seja, o total desse filme sairia por.....	368\$000

Em 31 de maio, os Ferrez respondiam a uma carta de Segretto na qual este reclamava por ter recebido filmes de “indústrias” diferentes daqueles passados no *Cinematographo Pathé* e no *Rio Branco*. Essa carta é interessante por revelar a maneira como esses importadores e exibidores enxergavam a questão do gosto do público por determinados tipos de filmes. Segundo os Ferrez, eles recebiam grande número de “vistas” de interesse geral, que despertariam o interesse de uma ampla gama de público, e apenas algumas poucas “vistas” que consideravam de interesse mais restrito:

[...] de vistas interessantes porem cujo interesse é limitado a certa classe de especialistas, raça, nação ou modo de ver, recebemos menor quantidade porquanto nem a todos os exhibidores tal gênero pode servir; exemplo: Balão Ville de Paris, aeroplano Farman, Exequias d/ Carlos, etc. [...] de vistas de industrias e outros assumptos de viagem cuja attracção é muitissimo limitada apenas recebemos dous e raramente tres exemplares porquanto taes assumptos só podem ter valor local e podem interessar limitado numero de expectadores.⁷²

⁷² Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.15/ 02.

E adiante afirmavam ainda que “taes vistas industriais precisam ser de diferentes gêneros para poder prender um pouco a atenção do público”. Os Ferrez se afirmavam no direito de selecionar quais filmes, dentre os que recebiam da Pathé, encaminhar para cada exibidor. Isso, pretensamente, a título de melhor harmonizar esses filmes com as coleções que o exibidor já possuía. Mas acabaram concedendo que da próxima vez Segretto escolhesse o assunto “industrial” que melhor lhe parecesse.

Em outra correspondência com Segretto, datada de 1º de junho de 1908⁷³, os Ferrez se desculpavam pela demora na entrega das descrições dos filmes e avisavam que isso não voltaria a acontecer, pois a partir do dia seguinte as descrições e os cartazes dos filmes passariam a ser entregues com duas semanas de antecedência, ao invés de serem entregues na antevéspera da sua exibição, como acontecia até aquele momento.

3.4 Jácomo Rosário Staffa

Depois dos contratos com Arnaldo Gomes de Souza, William Auler e Paschoal Segretto, outro exibidor entrou em contato para requisitar o fornecimento dos filmes da Pathé. Trava-se de Jácomo Rosário Staffa. Em 22 de abril de 1908, os Ferrez enviaram uma carta a Staffa⁷⁴, em resposta a outra que este havia enviado no dia anterior⁷⁵. Os Ferrez diziam não estar em condições, naquele momento, de fornecer a Staffa as fitas “novidades” Pathé, mas que achavam que poderiam começar a fornecer dentro do prazo de vinte dias. Nessa mesma carta, os Ferrez diziam saber que Staffa sempre importava diretamente de Paris as fitas que exhibia em seu cinema, e que por isso já haviam dado preferência a outros exibidores, fechando contrato com as empresas William & Cº, Arnaldo & Cº, e outras do Rio de Janeiro e de outros pontos do Brasil. Contudo, eles terminam a carta afirmando que já haviam passado telegrama para Paris pedindo que aumentassem a remessa de filmes para o Brasil e que assim que passassem a receber um número maior de coleções (cópias dos filmes), entrariam em contato novamente para apresentar proposta de fornecimento para o cinema de Staffa.

⁷³ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.15/ 03.

⁷⁴ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.16.1.

⁷⁵ Esta primeira carta de Staffa não consta no Arquivo da Família Ferrez.

Staffa aceita esse prazo de vinte dias para o fornecimento de fitas “novidades” Pathé e fica no aguardo das condições para tal fornecimento⁷⁶. E afirma ainda que por conta do compromisso assumido pelos Ferrez, ele já havia telegrafado para o seu correspondente em Paris ordenando que suspendesse as compras de filmes da Pathé diretamente em Paris. Esse trecho da resposta de Staffa levanta a questão sobre se, mesmo com a MF&F detendo um contrato de exclusividade para a comercialização dos produtos da Pathé no Brasil, era possível obter esses filmes diretamente lá fora e depois exibi-los aqui no Brasil, como Staffa parece sugerir. Ou seja, diante do contrato de exclusividade cedido pela Pathé aos Ferrez, outros exibidores poderiam realizar legalmente essa prática de comprar os filmes da Pathé diretamente lá fora para exibir aqui, ou isso daria razão a processo por parte dos Ferrez contra a violação da sua exclusividade de representação? Durante esse período inicial, parece que essas aquisições direto da Europa eram realmente possíveis. E, conforme discutiremos mais adiante, os Ferrez tratam bastante desse assunto com José Tous Rocca (seu representante para o Norte e Nordeste do país). Em uma carta enviada a Rocca em 09 de junho de 1909, por exemplo, os Ferrez afirmam que a Pathé podia fazer essas vendas, mas só depois de passados 30 dias da chegada dos filmes no Brasil⁷⁷. Ou seja, só era possível adquirir filmes diretamente na Pathé quando esses já estavam relativamente ultrapassados. Contudo, as condições de negociação dos filmes mudavam com muita frequência. Assim, em 1912, essa possibilidade já parecia não ser mais viável, haja vista a mencionada autorização concedida pela Pathé à MF&F para apreender todos os filmes e aparelhos provenientes da Compagnie Générale que entrassem no país sem o consentimento dos representantes brasileiros⁷⁸. Ainda assim, discutiremos no próximo capítulo, até que ponto essas autorizações e concessões de exclusividade concedidas pela Pathé à MF&F através de contratos privados tinham o poder (ou o amparo legal) de realmente restringir a importação dos filmes por parte de outras pessoas ou companhias.

De qualquer forma, em 12 de maio de 1908, os Ferrez escrevem novamente a Staffa, dizendo que receberam a confirmação dos seus pedidos na Pathé e que, portanto, já poderiam apresentar a proposta de fornecimento de filmes⁷⁹. Contudo, relembram Staffa que eles já haviam fechado contratos com as empresas William & C^o; Paschoal

⁷⁶ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.16.2.

⁷⁷ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 18.

⁷⁸ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.12/ 12.

⁷⁹ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.16.3.

Segretto; e Arnaldo & C° para a exibição simultânea das fitas novas da Pathé (as “novidades” Pathé). Todas essas firmas atuavam na mesma praça: a cidade do Rio de Janeiro. Assim, os Ferrez alegavam que, por questões contratuais com essas empresas, eles só poderiam fornecer a Staffa os mesmos filmes 3 ou 4 dias depois da entrega a essas outras salas de exibição. E fazem a seguinte proposta de valores:

- Fitas em PB: 1\$100 por metro
- Acréscimo por metro colorido: \$700
- Cartazes coloridos 120x160: \$600 cada
- Viragens:..... Seriam contadas pelo mínimo conforme determinado pela Pathé.

Esses preços estavam baseados nas condições atuais da praça e dos valores originais europeus. Caso houvesse flutuações em algum desses dois fatores, os preços poderiam ser modificados. Assim como nos demais contratos, os pagamentos deveriam ser feitos à vista. Os Ferrez alegavam ainda que essas condições eram para compradores de séries completas editadas semanalmente pela Pathé.

Assim como nos contratos anteriores, os programas seriam entregues duas vezes por semana, às segundas e quintas. E os cartazes, quando houvesse, seriam entregues junto com os filmes. É interessante como a divulgação dos filmes ocorria com pouquíssima ou nenhuma antecedência. Isso só parece ter se alterado de forma mais substancial quando da entrada dos norte-americanos no mercado, com os filmes se tornando cada vez mais longos e caros (e permanecendo mais tempo em cartaz), com o desenvolvimento do *star system*⁸⁰ e com um investimento cada vez maior na publicidade em torno dos filmes e das estrelas.

O contrato com os Ferrez exigia que Staffa exibisse exclusivamente filmes da Pathé e absorvesse o total das produções apresentadas, qualquer que fossem os assuntos. Contudo, Staffa poderia exibir filmes de “assumptos nacionais” ou “scenas fallantes” de outros fabricantes até que o *Synchrophone Pathé*⁸¹ passasse a ser fabricado e

⁸⁰ Refiro-me a um **desenvolvimento** do *star system* porque uma forma mais rudimentar, ou embrionária, de tal sistema já tinha começado a se formar mesmo na Pathé, o que fica bastante explícito nos contratos firmados para o fornecimento de filmes com certos atores como Max Linder. E, um pouco mais tarde, com a ascensão dos filmes dinamarqueses e italianos e suas divas, como Asta Nielsen, Francesca Bertini e Pina Menichelli.

⁸¹ Apesar dessa colocação por parte dos Ferrez, parece que tal sistema sonoro já estava sendo fabricado e comercializado. Como visto anteriormente, essa colocação dos Ferrez geraria uma reprimenda por parte da Pathé Frères, que dizia não entender o porquê dos Ferrez dizerem aos seus clientes que tal

comercializado. Apenas no caso da produção semanal ser inferior a 550 metros, ou no caso de atrasos nas remessas dos programas, Staffa ficava liberado para reorganizar suas exibições com filmes de outros fabricantes. É interessante lembrar que quem fazia a seleção de que filmes da Pathé que seriam importados era a MF&F. Assim, poderíamos questionar: os exibidores nacionais tinham que se conformar com essa seleção pré-estabelecida pelos Ferrez? Ou poderiam eles adquirir diretamente na Europa os filmes da Pathé que os Ferrez tivessem optado por não importar, sem ter que esperar os mencionados 30 dias de diferença entre a chegada de uma nova coleção aqui no Brasil?

Seja como for, Staffa acabou assinando contrato com a Marc Ferrez & Filhos para o fornecimento das “novidades” Pathé para o *Grande Cinematographo Parisiense*, em 16 de junho de 1908⁸². Mas, apesar disso, ele não se submeteu passivamente a todas as cláusulas e imposições pretendidas pelos Ferrez. Muito pelo contrário, a relação entre as duas partes seria sempre bastante tensa e conturbada. Pra começar, Staffa não se resignou a só receber as novidades da Pathé depois que essas já tivessem passado nos cinemas de seus concorrentes e enviou uma carta à Pathé Frères, provavelmente no início de junho de 1908 (e certamente antes do fechamento do contrato com a MF&F), relatando essa prática dos Ferrez de oferecer exclusividade no lançamento dos filmes da firma para poucas salas, em detrimento das demais⁸³.

Tal carta gerou uma reação por parte da Pathé, que se manifestou contra tal política de atribuir preferência nas datas de lançamento dos filmes a determinadas empresas⁸⁴. Os Ferrez ainda tentaram justificar que ao dar a exclusividade de exploração das novidades por alguns dias (em geral, 3 dias) a certas salas, não estavam querendo beneficiar tal ou qual exibidor, mas apenas manter o gosto do público pelas boas exibições nas grandes casas adaptadas especialmente para esse tipo de exibição. Nessa resposta, os Ferrez afirmavam ainda que estavam fazendo grande propaganda dos produtos da Pathé no Brasil e que haviam criado três agências em diferentes cidades para esse fim. E com isso, esperavam conseguir atrair a atenção do público brasileiro,

aparelho ainda não estava disponível para venda. Até porque, eles recebiam comissão (em geral de 10%) sobre a venda dos aparelhos da companhia francesa.

⁸² Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.16/ 13.

⁸³ De fato, a prática da MF&F parecia um tanto lesiva, uma vez que mesmo fornecendo os filmes com 3 dias de diferença em relação aos concorrentes de Staffa (e portanto, não sendo mais esses filmes exatamente “novidades”), o preço que a MF&F estava querendo cobrar de Staffa era o mesmo daquele cobrado dos exibidores que recebiam os filmes em primeira mão.

⁸⁴ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.12/ 04.

que diziam considerar bastante difícil. De qualquer forma, os Ferrez passaram a se ver obrigados a acatar a vontade da Pathé, concedendo em fornecer os filmes e os programas a Staffa (e aos demais interessados) nos mesmos dias e horários que aos outros exibidores com os quais já tinham fechado contrato.

Assim, no dia 11 de junho de 1908 os Ferrez escrevem para Staffa, dizendo que devido a uma “reorganização dos serviços da seção de cinematografia” eles poderiam passar a lhe fornecer as novidades Pathé nos mesmos dias, horários e condições que aquelas feitas para as empresas William & C^o, Paschoal Segreto⁸⁵ e Arnaldo & C^o. Em seguida, os Ferrez pediam para que Staffa confirmasse se, levando em consideração essa nova colocação, ele ainda estava interessado no fornecimento dos filmes, para que se pudesse estabelecer um contrato e dar início ao fornecimento dos programas iguais aos dos referidos exibidores e na quantidade que Staffa desejasse⁸⁶.

Como dito anteriormente, Staffa teria ainda enviado uma outra carta à Pathé denunciando a associação dos Ferrez com Arnaldo Gomes de Souza na exploração da sala de cinema pertencente a esses últimos. Pois haveria uma cláusula no contrato dos Ferrez com a Pathé que os proibiria de ter salas próprias. Mas, como dissemos anteriormente, o contrato original dos Ferrez com a Pathé não se encontra entre a documentação do arquivo da família. E, portanto, não foi possível até esse momento confirmar a existência de tal cláusula. Contudo, como analisado no segundo capítulo, em contratos subsequentes entre as duas firmas, como o de agosto de 1911⁸⁷, o que existe não é exatamente uma vedação à exploração de salas de cinema. Ao menos não uma vedação completa. Segundo uma das cláusulas desse contrato a Marc Ferrez & Filhos até poderia abrir e explorar salas de cinema, mas para isso deveria obter com antecedência uma concessão por escrito da Pathé. E, uma vez obtida tal concessão, 10% dos lucros brutos advindos da exploração das salas deveria ser revertido à firma francesa.

Entretanto, essa posição dos Ferrez de representantes da Pathé e donos de uma sala de exibição parecia realmente despertar certo desconforto em Staffa, que se sentia prejudicado pela posição privilegiada dos seus concorrentes. Em 22 de junho de 1908

⁸⁵ Por seu lado, Paschoal Segretto reagiu contra essa mudança nas regras do jogo, processando os Ferrez com um pedido de indenização de 30:000\$000 por quebra de contrato. (Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.15/ 4).

⁸⁶ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.16/ 04.

⁸⁷ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.12/ 07.

(menos de uma semana após a assinatura do contrato), os Ferrez escreviam para Staffa se dizendo surpresos de terem lido no jornal do dia anterior que Staffa não havia continuado com o programa tratado até o dia 23 de junho⁸⁸. Ou seja, que ele não tinha continuado a exhibir os filmes da Pathé no seu próprio cinema, mas que havia sublocado esse programa para o *Cinema Velo*⁸⁹, o que se constituiria em uma quebra de contrato. Pois os filmes alugados para Staffa deveriam ser exibidos apenas em sua própria sala, o *Grande Cinematographo Parisiense*. Além do que, havia a cláusula que dizia que Staffa só poderia exhibir em seu cinema os filmes da Pathé, com exceção dos casos já mencionados. Em resposta⁹⁰, Staffa alega que tal alteração no seu programa se deveu ao fato de os Ferrez terem adicionado uma fita de outro fabricante no programa do cinema da empresa Arnaldo & Cº, da qual eram os principais sócios. Segundo Staffa, esse acréscimo, ao fazer com que o programa dos dois cinemas não fosse mais exatamente igual, já seria uma violação do contrato e lhe renderia prejuízos, pois teria como objetivo acrescentar uma diferenciação entre os cinemas. Staffa afirmava ainda estar convicto de que enquanto os Ferrez fossem detentores da representação da Pathé e ao mesmo tempo administrassem o cinema da Arnaldo & Cº tal fato se repetiria sempre:

Se tal alteração se deu foi para recuperar o prejuízo causado pela exibição, no Cinema 'Pathé', da Empresa Arnaldo & Comp., da qual são Vs Ss. principaes associados, de igual programma a mim fornecido, augmentado de uma fita de outro fabricante, – embora nacional, – contra o estipulado em nosso contrato (– “assumpto nacional se comprehende factio de importância official,-) isso feito tão e somente em clara e positiva concorrência á minha casa, factio que estou certo se reproduzirá ininterruptamente, enquanto Vs. Ss., no exercício das funções de representantes dos fabricantes Pathé Frères, explorarem ao mesmo tempo e de conta própria o cinematographo.⁹¹

Como podemos observar, a ressalva que Staffa faz quanto ao filme nacional exibido no *Cinematographo Pathé* é seguida de uma outra definição: diz ele que “assunto nacional” se compreende por fato de “importância oficial”. De fato, o que estava estipulado no contrato feito entre as duas partes era que, fora os filmes da própria

⁸⁸ Lembrando que os programas eram entregues às segundas e quintas, para serem exibidos nos cinemas de terça à quinta, e de sexta a domingo ou segunda, respectivamente. Nesse caso, os filmes aos quais os Ferrez se referem haviam entrado em cartaz na sexta-feira, dia 19/06/1908 e deveriam continuar em exibição até o dia 22/06/1908 (uma segunda-feira), sendo substituídos no dia seguinte (dia 23) por uma nova leva de filmes. Contudo, ao se verificar os anúncios dos jornais da época (*A Notícia*, *O Paiz*, *Correio da Manhã*), podemos constatar que Staffa só manteve os filmes cedidos pela MF&F do dia 19 ao dia 20. Após essa data a programação da *Cinematographo Parisiense* foi completamente alterada.

⁸⁹ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.16/ 08.

⁹⁰ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.16/ 09.

⁹¹ Ibid.

Pathé, apenas filmes de “scenas fallantes” ou de “**assumpto nacional**”, poderiam ser exibidos no *Cinematographo Parisiense*. Apesar de não estar expresso no contrato, isso teria como intuito manter uma mesma programação entre os cinema de Staffa e o *Cinematographo Pathé* (além de prender Staffa a uma fidelização aos filmes da Pathé). Assim, a questão que parece ter gerado o protesto por parte de Staffa estava na natureza (ou gênero) do filme introduzido pelos Ferrez no dia 19/06/1908 na programação de seu cinema. Pois, o filme introduzido foi *Nhô Anastácio chegou de viagem*⁹². Esse era um filme feito pelo próprio Júlio Ferrez. Portanto, era de fato um filme nacional. Contudo, tratava-se de uma comédia. Daí o realce dado por Staffa ao que estava estipulado no contrato. Ou seja, que os filmes que não eram da Pathé que podiam ser acrescentados à programação dos cinemas não eram qualquer filme nacional, mas apenas aqueles que retratassem “assuntos nacionais”. Staffa passava, então, a enquadrar dentro dessa definição apenas filmes de “interesse oficial”, o que na sua concepção excluía filmes de comédia e possivelmente qualquer filme “posado” (ou de ficção), incluindo apenas filmes “tirados do natural” (ou seja, filmes similares ao que hoje chamaríamos de documentários ou cinejornais).

Staffa continuaria a comprar a produção semanal de “novidades” Pathé, conforme contrato, mas se dizia no direito de organizar a sua programação da maneira que melhor lhe conviesse, argumentando que era assim que acontecia em outros países:

Em virtude d’isso, tenho resolvido receber, pagando promptamente, todas as fitas novidades do fabricante Pathé Frères, chegadas em cada vapor, cabendo-me o direito de organizar os meus programmas como entender, alterando a forma actual de exhibições, tal qual como fazem os cinematographos que exibem exclusivamente fitas ‘Pathé’, fornecidas por agencias, ou succursaes, nas principaes cidades da Europa. – Outra coisa será absurdo, porque impede a liberdade de commercio, conviniente unicamente a Vs. Ss., para acautelares interesses próprios, em jogo.⁹³

E, de fato, em 8 de julho de 1908, Staffa escreve aos Ferrez lembrando que o contrato com eles terminaria no dia 22 do mesmo mês (ou seja, 22 de julho) e impõe como condição para renovação do contrato que ele (Staffa) pudesse ter a liberdade de incluir na programação do seu cinema filmes de outros fabricantes. Ou seja, impõe

⁹² Jornal **A Notícia**, Rio de Janeiro, p.2, 19-20 de Junho de 1908.

⁹³ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.16/ 09.

como condição a liberdade de organizar suas exhibições da maneira como bem entendesse⁹⁴.

De alguma maneira, os dois lados chegaram a um acordo e a MF&F continuou a fornecer os filmes da Pathé a Staffa. Pois, em carta de 16 de outubro de 1908, enviada pelos Ferrez a Staffa, os primeiros diziam que passariam a entregar às segundas-feiras toda a produção da Pathé que fossem recebendo. Os Ferrez diziam esperar que dessa forma não houvesse mais reclamações por parte de Staffa. Afirmavam ainda que o preço dos filmes PB seria de 1\$000 por metro e a metragem colorida teria um acréscimo de \$600. No caso de Staffa querer pagar em francos, o preço da metragem PB seria 1,55 francos, a colorida seria 1 franco e as viragens teriam um acréscimo de 15%. Esses pagamentos deveriam ser feitos em ouro ao câmbio do dia e à vista, através de determinado banco⁹⁵.

3.5 Contratos com outros exibidores

Além dos exibidores cariocas referidos acima, a Marc Ferrez & Filhos também estabeleceu negócios com várias outras companhias, inclusive de outras cidades e estados. Ainda em 16 de junho de 1908, por exemplo, um representante da Pathé escreveu aos Ferrez pedindo que acertasse a quantia de Fr: 86,50 com o Sr. Carlos Leal, de Juiz de Fora⁹⁶. Quantia que seria reembolsada pela Pathé. Na mesma carta o representante da Pathé dizia que daquele momento em diante o Sr. Carlos Leal passaria a tratar dos negócios sobre cinema com a MF&F e não mais diretamente com a Pathé.

Passamos a relacionar abaixo os contratos e acordos encontrados dentre a documentação do arquivo da Família Ferrez referentes a esse período inicial das suas atividades cinematográficas, ou seja, entre 1908 e 1912:

- José de Oliveira & Cia., proprietários do Cinema High-Life, na praia de Botafogo, esquina da rua da Passagem, no Rio de Janeiro. (RJ). (5 [?] de janeiro de 1911)⁹⁷

⁹⁴ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.16/ 10

⁹⁵ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.16.11. Na verdade essa carta parece ser mais um esboço, pois além das partes datilografadas existem várias anotações feitas à mão ao longo de todo o documento.

⁹⁶ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.12/3.

⁹⁷ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.11 e FF-FMF 2.0.5.2/14.

- Zambelli & C^o, estabelecidos à Avenida Central com casa de espetáculos cinematographicos sob o título de “Cinema Odeon”, no Rio de Janeiro (RJ). (11 de agosto de 1909)⁹⁸
- José da Costa Alvarenga, residente em Campos (RJ). (14 de agosto de 1908)⁹⁹
- Annibal Rocha & Cia., de Curitiba (PR). (6 de novembro de 1908)¹⁰⁰
- Paschoal Limone, de Florianópolis (SC). (28 de janeiro de 1909)¹⁰¹
- Rodolpho Stiebler, de Juiz de Fora (MG). (3 de junho de 1909)¹⁰²
- João Fernandes Ribeiro, do Rio de Janeiro (?). (26 de agosto de 1910)¹⁰³
- Mallet e Pereira, de [Conselheiro?] Lafaiete (MG). (21 de setembro de 1910)¹⁰⁴
- Srs. Ramos, de Recife. (PE). (8 de julho de 1910)¹⁰⁵
- Ildefonso & Cia., de Curitiba. (SC). (27 de outubro de 1910)¹⁰⁶
- Rutowich, Ribeiro & Cia., do Rio de Janeiro. (RJ). (2 de dezembro de 1910)¹⁰⁷
- Sérgio Teixeira de Macedo, do Rio de Janeiro (?). (7 de janeiro de 1911)¹⁰⁸
- Leon Munier, de Recife, do Teatro Cinema Helvética (PE). (6 de abril de 1911)¹⁰⁹
- Adolfo Silva, de Teresópolis (RJ). (7 de abril de 1911)¹¹⁰
- Castro Guidão & Cia., do Cinema Avenida, no Rio de Janeiro (RJ). (15 de abril de 1911)¹¹¹

⁹⁸ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.5.2 /2.

⁹⁹ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.5.2 /3.

¹⁰⁰ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.5.2 /4.

¹⁰¹ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.5.2 /5.

¹⁰² Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.5.2 /6.

¹⁰³ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.5.2 /8.

¹⁰⁴ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.5.2 /9.

¹⁰⁵ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.5.2 /10.

¹⁰⁶ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.5.2 /12.

¹⁰⁷ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.5.2 /13.

¹⁰⁸ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.5.2 /15.

¹⁰⁹ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.5.2 /16.

¹¹⁰ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.5.2 /17.

¹¹¹ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.5.2 /18.

- Flores, de Maceió (AL). (15 de maio de 1911)¹¹²
- Quintino de Andrade & Cia., de Friburgo (RJ). (7 de julho de 1911)¹¹³
- Teixeira, Martins & Cia., (PA). (18 de maio de 1912)¹¹⁴
- Major Martinho Luís da Silva, do Rio de Janeiro (RJ). (6 de setembro de 1912)¹¹⁵

Como se pode observar, entre julho de 1908 e setembro de 1912, a Marc Ferrez & Filhos estabeleceu negócios ao menos com os seguintes municípios/estados: Rio de Janeiro (RJ), Campos (RJ), Teresópolis (RJ), Friburgo (RJ), Curitiba (PR), Florianópolis (SC), Juiz de Fora (MG), [Conselheiro] Lafaiete (MG), Recife (PE), Maceió (AL) e Pará. Alguns desses documentos são apenas notas promissórias ou cartas de algum fiador se responsabilizando pelas eventuais faltas de pagamento decorrente do fornecimento de filmes ou equipamentos por parte do exibidor; enquanto outros documentos são contratos integrais para o fornecimento dos filmes e/ou equipamentos.

Os acordos estabelecidos com esses clientes apresentam certas variações, tanto em decorrência do local onde se localizam, do ano e do contexto em que estavam inseridos, assim como dos interesses e possibilidades econômicas de cada cliente. Provavelmente também influenciava nesses acordos a capacidade de negociação de cada um dos agentes envolvidos. Tentaremos, a seguir, ressaltar nesses contratos alguns pontos de recorrência e de diferença, assim como especificidades reveladoras de fatores que consideramos significativos.

Ainda em 1908, a MF&F fecha um contrato com José da Costa Alvarenga, da cidade de Campos (RJ), para o fornecimento das últimas edições de filmes da Pathé. A princípio esse contrato teria a duração de 6 meses, podendo ser renovado ou dissolvido após esse período. Os Ferrez se responsabilizavam por fornecer cerca de 5.000 a 6.000 metros de filmes mensalmente, fazendo entregas aos emissários do referido exibidor duas vezes por semana em lotes de 530 a 750 metros, divididos em 4, 5 ou 6 filmes. Esses filmes como um todo (ou seja, os 5.000 ou 6.000 metros mensais) deveriam ser

¹¹² Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.5.2 /19.

¹¹³ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.5.2 /20.

¹¹⁴ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.5.2 /21.

¹¹⁵ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.5.2 /22.

pagos adiantadamente, sob a base de 700\$000 (setecentos mil reis) por mês. E cada filme só poderia ser exibido dois dias, depois dos quais deveriam ser devolvidos em perfeito estado de conservação. Qualquer estrago nas películas, como rasgos, perfurações levantadas ou rompidas, implicariam em pagamento total das cópias, sob a base de \$900 (novecentos réis) por metro de filme PB e 1\$600 (mil e seiscentos réis) nas partes coloridas. Apenas para as viragens não seriam cobradas taxas extras. Os Ferrez também se comprometiam a fornecer as descrições dos filmes gratuitamente e dois cartazes, quando houvesse, pelo preço de \$900 (novecentos réis) cada. Também ficava estipulado nesse contrato, assim como em todos os demais contratos feitos com clientes de fora do Rio de Janeiro, que todas as despesas de transporte dos filmes correriam por conta do contratante, ou seja, do exibidor.

Em relação ao fornecimento de filmes para Annibal Rocha & Cia., de Curitiba, o que consta no Arquivo da Família Ferrez é apenas uma breve carta escrita por Heitor Ribeiro & C. (aparentemente uma empresa sediada no Rio de Janeiro), na qual esta autorizava e se responsabilizava pelo envio das cópias dos filmes para o exibidor curitibano, até a quantia de seis contos de réis. A carta foi escrita em 6 de novembro de 1908, três meses após a inauguração do cinema de Annibal Rocha & Cia., o *Smart Cinema*, tido como a primeira sala fixa construída em Curitiba especificamente para a projeção de filmes. Além de filmes de terceiros (nacionais e importados), o *Smart Cinema* passava também muitos filmes realizados pelo próprio Annibal Rocha Requião, que realizava uma significativa produção de filmes documentais na região do Paraná:

E é, também, em 1908, ou precisamente em 06/06/1908, que foi inaugurada a primeira sala com o objetivo específico de exibições cinematográficas – o Smart Cinema, que ficava localizado na Rua XV de Novembro nº 67.

O Smart Cinema pertencia a Annibal Rocha Requião, um pioneiro do cinema no Paraná, sendo que, apesar de serem exibidas vistas tanto nacionais quanto estrangeiras, o Smart dava ênfase às vistas de seu proprietário.

[...]

Em termos de cinema paranaense, os filmes de Annibal Requião faziam muito sucesso. Tratavam-se de documentários de atualidades que abordavam o cotidiano da cidade ou temas paranaenses. (CARVALHO et al, 1998, p.22; 30)

Em 1909, a Marc Ferrez & Filhos renova seu contrato com Arnaldo Gomes de Souza. Nesse novo contrato, os Ferrez se comprometiam em fornecer semanalmente os filmes realizados pela Pathé Frères, junto com as descrições dos assuntos dos filmes. Também se comprometiam a fornecer gratuitamente pequenas fotografias de 13x18cm e

cartazes para a divulgação dos filmes. O preço seria de 1\$000 o metro dos filmes comuns (PB) e 1\$400 o metro dos filmes coloridos. Além disso, poderiam haver acréscimos a esses valores no caso dos filmes com viragens, que variavam de valor conforme o filme (e segundo determinações da Pathé). Além da produção semanal, a *Arnaldo & Cia.* também se comprometiam em adquirir um exemplar de cada título editado pela Pathé como filme de arte, fossem eles produzidos pela *Société des Auteurs et Gens de Lettres* ou da *Société du Film d'Art*. Esses filmes especiais podiam ser cotados de 1\$000 a 2\$100 por metro, fora os acréscimos caso fossem coloridos ou contivessem viragens. Os Ferrez ainda se propunham ao fornecimento de filmes antigos (para a exibição às segundas-feiras [dias em que normalmente não havia sessões] ou outros dias) pertencentes ao seu estoque. Essas cópias poderiam ser alugadas ao valor de \$100 (cem réis) o metro por dia de aluguel ou podiam ainda ser compradas.

Essa opção de compra de cópias usadas também aparece no contrato com outros clientes, como Rodolpho Stiebler, de Juiz de Fora. No caso de Stiebler, os Ferrez estabelecem o preço de \$700 (setecentos réis) por metro de filme a ser comprado. Como vimos, por bastante tempo o aluguel e a venda de cópias de filmes existiriam simultaneamente em várias partes do mundo, inclusive aqui no Brasil. A própria Pathé autorizava a venda dessas cópias usadas, reservando para si uma parte dos lucros. Isso provavelmente representava uma vantagem para a companhia francesa, que provavelmente não tinha muito o que fazer com essas cópias após a sua devolução (cujo prazo, como vimos, era de 24 meses), pois os filmes já estavam ultrapassados, e ainda se via livre dos encargos de transporte para o resgate dos filmes.

Esses filmes ofertados para compra a Stiebler não pareciam fugir a esse padrão, constituindo-se em cópias usadas. Na verdade, o que a MF&F propunha era o seguinte: enviar a Stiebler os filmes da Pathé todas as terças-feiras, pelo trem noturno. Sendo que esses filmes deveriam ser devolvidos até a quinta-feira da semana seguinte. Ou seja, os filmes ficavam mais de uma semana em poder do locatário e, por esse fornecimento, Stiebler deveria pagar mensalmente a importância de 1:200\$000 (um conto e duzentos mil réis). Assim estava estipulado no contrato:

Marc Ferrez & Filhos se comprometem a remeter todas as terças-feiras pelo nocturno 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.¹¹⁶

Não fica muito claro na carta-contrato se esses filmes enviados eram filmes novos ou usados. Mas, se formos comparar o preço desses filmes (e o tempo em que eles ficavam com Stiebler) com aqueles cobrados de outros exibidores, cariocas, parece que se tratava de filmes usados. Pois a MF&F estava cobrando muito menos do que cobrava dos exibidores cariocas. De qualquer forma, se depois do prazo estabelecido, Stiebler quisesse comprar as cópias ao invés de devolvê-las à MF&F, ele poderia fazê-lo através do pagamento da referida quantia de \$700 por metro de filme. Assim, mesmo que os filmes enviados fossem originalmente novos, eles já teriam passado ao menos uma semana sob o poder de Stiebler e, portanto, já teriam se tornado usados.

Como em outros contratos, os Ferrez se comprometiam a enviar as descrições dos filmes e as pequenas fotografias para divulgação gratuitamente. Já os grandes cartazes coloridos saíam por \$800 (oitocentos réis) cada. Também como em outros contratos, ficava estipulada uma multa para o caso de avarias nos filmes. Mas aqui essa multa aparece de forma um pouco mais matizada:

Toda e qualquer avaria verificada nas fitas devida a maos tratos da parte do alugatario será contada proporcionalmente á depreciação que a fita soffre por tal facto, e em caso de avaria total, será contado o metro a razão de 700 reis por metro em preto. O colorido (si a fita fôr colorida) há de ser cobrado no preço total.¹¹⁷

O contrato com o Sr. Oliveira & Cia, dono do Cinema High Life, do Rio de Janeiro foi estabelecido em 29 de junho de 1909. E se deu basicamente nos mesmos moldes daquele feito com Arnaldo Gomes de Souza. O contrato fixava os preços das cópias PB em 1\$000 por metro e dos filmes feitos pela *Film d'Art* em 1\$200. Uma outra cláusula também acrescentava que as condições do contrato poderiam sofrer alterações devido a mudanças no câmbio ou nos direitos aduaneiros. Essa última condição se tornaria uma cláusula padrão nos contratos subsequêntes feitos pela empresa, com vistas a resguardá-la das incertezas geradas pelas das flutuações do mercado e das políticas econômicas. E, de fato, como vimos, essa questão da alteração dos direitos aduaneiros se tornou um sério problema na virada de 1911 para 1912, certamente exercendo

¹¹⁶ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.5.2 /6 . [Grifo nosso].

¹¹⁷ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.5.2 /6.

influência sobre todos os contratos em vigência com a Marc Ferrez & Filhos. Inclusive do contrato dessa com a Pathé Frères, que teve que ser revisto para se adaptar às novas condições que se apresentavam.

Ainda em 1909, os Ferrez assinaram contrato com a Zambelli & C^o, donos do Cinema Odeon¹¹⁸, estabelecido na Avenida Central, também no Rio de Janeiro, para o fornecimento das produções semanais editadas pela Pathé. Nesse contrato, a Marc Ferrez & Filhos também se comprometia em fornecer semanalmente um exemplar de todas as “novidades” da Pathé, fazendo distinção entre três tipos (que ela chama de gêneros) de filmes, com valores diferenciados para cada caso, a saber:

- a) Produções habituais da Fábrica da Pathé, referente a algumas das seguintes series: ar livre, viagens, comércio, indústria, cômico, mágica, *sports*, *actualidade*, história, drama, contos e lendas, religião, *scenas variadas*. – Preço por metro PB: 1\$000 (um mil réis).
- b) Produções da *Société Générale des Auteurs et Gens de Lettres*. – Preço por metro PB: 1\$000 (um mil réis), contanto que não fossem filmes considerados “de arte”.
- c) Produção sob a direção da *Société du Film d’Art*. – 1\$200 (um mil réis) por metro.

As partes coloridas dos filmes teriam ainda um acréscimo de \$400 (quatrocentos réis) por metro. E, segundo consta no contrato, as viragens seriam contadas pelos mínimos preços determinados pela Pathé. Esse contrato teria validade de um ano, podendo ser renovado com ou sem modificações, dependendo das disposições de ambas as partes. Contudo, durante a sua vigência, se os Snrs. Zambelli & C^o. pretendessem desistir do aluguel dos filmes, estes deveriam avisar a Marc Ferrez & Filhos por escrito com pelo menos dois meses de antecedência e, durante esse período, continuariam obrigados a dar cumprimento ao contrato com a locação dos filmes e seu

¹¹⁸ Cabe aqui a ressalva de que esse não é o mesmo cinema Odeon que existe ainda hoje no Rio de Janeiro. O Odeon de Zambelli & C^o ficava localizado na Avenida Central (hoje Avenida Rio Branco), nº 137. Ele passou ao controle da CCB em 1912. Depois, em 1917, passou ao controle da Companhia Brasil Cinematográfica, que o fechou em 1925.

O cinema Odeon existente atualmente foi aberto no ano seguinte (ou seja, em 1926) pela própria Companhia Brasil Cinematográfica, mas em outro local: na praça Floriano, nº 7. Da sua inauguração aos dias atuais esse segundo cinema Odeon passou por diferentes administrações e por algumas reformas, que diminuiriam consideravelmente o seu tamanho e o número de assentos originais: de 1.344 lugares em 1926, para 600 lugares atualmente.

correspondente pagamento. Também ficava estipulado que se os exibidores optassem por romper o contrato bruscamente haveria uma multa de 10 contos de réis. Essas últimas condições também se tornariam comuns nos contratos seguintes realizados pela MF&F.

Já no final de 1910, a Marc Ferrez & Filhos fechava contrato com Rutowich, Ribeiro & Cia, exibidores do Rio de Janeiro, com cinema situado na Avenida Central. Nesse contrato os Ferrez se comprometiam a organizar a cada semana um programa de cerca de 1.000 metros de filmes inéditos, para que fossem exibidos por três dias. Por esses filmes, o Sr. Rutowich, Ribeiro & Cia. deveria pagar a quantia de \$600 (seiscentos réis) por metro de filme. Talvez devido à recorrência de problemas como aqueles relatados com Staffa, a partir desse momento passa a ser comum os contratos de locação de filme incluírem uma cláusula explicitando que as cópias dos filmes alugados só poderiam ser exibidos no cinema do contratante; não podendo o locatário sublocá-las ou fazer qualquer outra forma de negócio com essas cópias que não fosse sua exibição no cinema para a qual haviam sido alugadas. Também passava a ficar estipulada, de forma padrão, uma multa pelo atraso na devolução dos filmes. Multa que equivalia ao valor do aluguel comum. Ou seja, no caso do sr. Rutowich, Ribeiro & Cia. essa multa seria cobrada sobre a base de \$600 (seiscentos réis) por metro de filme a cada três dias, ou \$200 (duzentos réis) por metro a cada dia.

Outra cláusula que se tornava habitual era a que dava permissão à MF&F para enviar aos cinemas de seus locatários inspetores, que teriam livre acesso à sala de exibições e à cabine de projeção, com o intuito de salvaguardar as películas entregues a tais exibidores. E mais uma vez aparecia a cláusula que estipulava que qualquer estrago provocado nas películas, assim como a sua destruição por incêndio, deveria ser ressarcida na base de 1\$000 (um mil réis) por metro de filme PB e 1\$400 por metro de filme colorido. Em todo caso, os filmes, estragados ou não, deveriam ser devolvidos.

Também do final de 1910 é a breve carta enviada por Souza Filhos & Cia. se responsabilizando pelo envio de filmes para *Ildefonso & Cia.*, de Curitiba. Essa carta foi enviada em 27 de outubro de 1910. Portanto, antes mesmo da inauguração do cinema curitibano, o *Mignon Theatre*, que abriu suas portas em 15 de novembro daquele ano. Aparentemente, o mesmo processo (que já estava acontecendo no Rio de Janeiro)

de disputa em torno dos direitos de exibição sobre variadas empresas produtoras, como forma de distinção entre as salas, também começou a ocorrer em Curitiba:

A relação entre o crescimento das salas exibidoras e os filmes que exibiam pode ser constatada pela programação de algumas salas cinematográficas. No final da primeira década do século observa-se a predominância dos filmes de determinadas casas produtoras estrangeiras (Smart Cinema – filmes da Nordisk; Eden Cinema – filmes americanos da Biograph, Vitagraph e Edison; Mignon Theatre – filmes da Pathé Frères). (CARVALHO et al, 1998, p. 36)

Em janeiro de 1911, os Ferrez receberam ainda uma carta de outro fiador pedindo que fossem entregues ao Sr. Sérgio Teixeira de Macedo (aparentemente estabelecido no Rio de Janeiro) “[...] as fitas cinematographicas de que o mesmo senhor carece mediante o aluguel de trinta reis por metro [...]”¹¹⁹. O fiador se responsabilizava pelo cumprimento dos pagamentos e pela preservação dos filmes, até o valor de 30 contos de reis. Mas o que chama atenção nesse documento é o baixíssimo valor do metro de filme. Mesmo para filmes usados, esse valor de 30 réis por metro parece excessivamente baixo. É bem verdade que os filmes podiam ser explorados pela Marc Ferrez & Filhos por até dois anos, antes de serem devolvidos. E, certamente, quanto mais antigos os filmes, menor seria o valor do seu aluguel. Além disso, conforme comenta Souza, de 1907 em diante o volume de filmes sendo revendido vinha aumentando de tal forma que acabou por gerar uma brutal queda nos preços:

O aumento de filmes em circulação fez como que a revenda não só diminuísse os preços, como impôs uma competição entre as principais salas pelos pequenos exibidores. 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 1,50 mil-réis a 6 mil-réis por uma fita de 300 metros). A queda nos preços indicava estoques cuja circulação tinha chegado ao seu limite de rentabilidade, devendo tal mercadoria interessar somente aos cinemas recém-inaugurados e distantes da capital, com espectadores pouco exigentes quanto ao estado das películas. O número de produtoras estrangeiras importadas também tinha aumentado. Além da Pathé Frères, francesa, e da Cines, Ambrosio, Milano e Itala, italianas, circulavam também as norte-americanas Biograph e Vitagraph. (SOUZA, 2004, p. 218)

Por outro lado, pode ser que o fiador tenha se equivocado ao redigir o valor do metro do filme. Até porque, a 30 réis o metro, seriam necessários 1.000.000 (um

¹¹⁹ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.5.2 /15.

milhão) de metros de filme para se atingir o montante de 30 contos de réis pelo qual ele se responsabilizava.

O contrato feito com Leon Munier, do Teatro Cinema Helvética, de Recife, também é basicamente o mesmo contrato padrão feito com Rutowich, Ribeiro & Cia. e Arnaldo Gomes de Souza, mas com validade de apenas 6 meses e para o fornecimento de cerca de 1.500 metros de filme, pelo prazo de 30 dias entre a saída e o retorno dos filmes do Rio de Janeiro. O preço do metro nesse caso era de \$250 (duzentos e cinquenta réis) semanais e a extensão do prazo para devolução dos filmes (30 dias), provavelmente se devia às dificuldades de transporte dos filmes do Rio de Janeiro para Recife e vice-versa. Até porque, também nesse contrato constava aquela cláusula de que os filmes só poderiam ser explorados no estabelecimento para o qual havia sido contratado (no caso, para exibição no Teatro Cinema Helvética). E, como os filmes nessa época não costumavam ficar em cartaz por muito tempo (no Rio, por exemplo, em geral eles só ficam em cartaz por 3 dias), aparentemente não haveria outra razão para tamanho prazo para devolução dos filmes. Esse prazo de devolução, no caso das locações feita para o Sr. Adolpho Silva, de Teresópolis, cidade bem próxima ao Rio de Janeiro, por exemplo, era de apenas 5 dias.

Ainda em 1911, a Marc Ferrez & Filhos fechou contrato com Castro Guidão & Cia., do Cinema Avenida, no Rio de Janeiro. Mais uma vez, era basicamente o mesmo contrato padrão, como aquele feito com Rutowich, Ribeiro & Cia e Leon Munier, mas com algumas diferenças. O contrato tinha validade de oito meses, começando a contar em 1º de maio de 1911. E era para o fornecimento de cerca de dois mil metros semanais de novidades da Pathé, divididas em dois programas de mil metros, que deveriam ser exibidos no máximo por três dias cada. O preço por metro de filme era de \$600 (seiscentos réis). Mas, além dessa produção, o exibidor também se comprometia a alugar o Pathé-Jornal ao custo de \$500 (quinhentos réis) o metro, para exibição por seis dias. Nesse contrato ainda foi incluído um outro compromisso por parte dos Ferrez, para o fornecimento gratuito de filmes do seu estoque (filmes usados) para compor os eventuais programas extras que o Cinema Avenida (de Castro Guidão & Cia.) poderia programar, assim como outros filmes já exibidos, para complementar a programação regular do cinema:

Declaramos em tempo que os Srs. Marc Ferrez & Filhos obrigam-se a fornecer gratuitamente ao Cinema Avenida, na vigência deste contracto as

fitas que forem necessárias aos programmas extraordinários das segundas feiras, que existirem em seu stock, assim como qualquer fita já exibida reclamada para complemento de qualquer programação.¹²⁰

Como podemos observar, os preços do aluguel dos filmes tinham uma certa variação, dependendo do ano em que ocorreram, do local a que se destinavam e se os filmes eram usados ou novos. Nesse último caso, há que se considerar ainda sob que ponto de vista se está a considerar o termo “filmes novos”. Pois, ao que parece, do ponto de vista da MF&F o fato das cópias alugadas serem novas ou usadas era determinante para o estabelecimento do seu preço de locação: se as cópias já tivessem sido exibidas em algum cinema, o preço do aluguel tendia a ser baixado, mesmo que essas cópias fossem alugadas para alguma outra praça (outra cidade ou estado) onde tais filmes fossem inéditos. Já para os exibidores, como demonstrado por Trusz, o ineditismo era o caráter que mais atribuía valor aos filmes. É claro que cópias novas e, portanto, sem desgastes físicos, também deveriam ser mais valorizada. Mas, o mais importante para os exibidores parecia ser mesmo o caráter de ineditismo dos filmes EM SUAS PRAÇAS. Conforme Trusz (2010, p. 214), às vezes o fato do filme já ter passado em outra praça com sucesso servia até mesmo de chamariz, ou de propaganda, para esses filmes. Pois servia como uma forma de evitar o receio do público ao desconhecido, dando maiores garantias da qualidade desses filmes. Assim, era comum que os exibidores anunciassem o sucesso que os filmes que iriam exhibir já tinham feito em outras cidades. Foi isso o que fez, por exemplo, o *cinematógrafo falante*, em 29 de agosto de 1905 através de anúncio no *Correio do Povo* (Porto Alegre):

A grande novidade da época, a última perfeição, a ilusão completa pelo fonógrafo combinado ao cinematógrafo. Visto com grande sucesso no Rio de Janeiro, São Paulo e Curitiba. Preços populares: 10\$000 (dez mil réis); cadeiras 2\$000, geral 1\$000, com espetáculos às 8 1/2 e também depois das 11 e 1/2 (da noite). (CORREIO DO POVO apud TODESCHINI, 1995, p.12)

De qualquer forma, para tentarmos ter uma noção da relação entre o custo que os exibidores tinham com o aluguel das cópias e o quanto seria necessário para que eles obtivessem um retorno desses investimentos, esboçamos alguns cálculos com base nos preços médios praticados em 1908: considerando que o preço médio pelo aluguel semanal das cópias PB nessa época era de 1\$100 por metro, e que era fornecida uma metragem que variava entre 500 e 680 metros, o custo semanal para o exibidor seria de

¹²⁰ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.5.2 /18.

550\$000 a 748\$000 semanais. E considerando ainda que o preço médio dos ingressos era de cerca de 1\$000¹²¹, seria necessário, assim, vender entre 550 e 748 entradas por semana para se recuperar o valor pago pelo aluguel dos filmes. Mas esse seria apenas o custo para a metragem semanal de filmes PB. Há que se considerar ainda os \$700 adicionais por metro de filme colorido, além dos outros \$700 por cartazes e das demais despesas que o exibidor tinha que arcar, como pagamento de funcionários, aluguel dos espaços de projeção (fixos ou permanentes), transporte dos filmes (cujo custo certamente era mais significativo quanto mais longe do Rio de Janeiro fosse estabelecido o exibidor), impostos, além de outras atrações comumente apresentadas em conjunto com o cinematógrafo.

Mas mesmo com todos esses custos, ao menos a princípio, o negócio parecia bastante promissor, pois uma sala costumava ter ao menos uns 200 lugares (como o *Salão Paris no Rio*, de Paschoal Segretto) e outras chegavam a ter até mesmo 500 lugares (como o *Cinematógrafo Rio Branco*, de William Auler). Ou seja, assumindo a casa lotada, seriam necessárias apenas umas duas ou três sessões para cobrir os custos com o aluguel dos filmes¹²², lembrando novamente que essa estimativa é feita com base na hipótese de um lote composto apenas por filmes PB e não leva em conta os demais custos do exibidor. De qualquer maneira, considerando que as salas geralmente promoviam várias sessões por dia, e que os jornais davam notícias da grande afluência que os cinematógrafos passavam a ter naquele momento (ao menos no Rio de Janeiro)¹²³, o negócio parecia ser realmente bastante vantajoso.

Entre 1908 e 1911 a duração das sessões e dos filmes tendeu a se alongar, enquanto o preço do ingresso permanecia relativamente inalterado. Mas ainda assim, a

¹²¹ Cf. Araújo, 1976; Gonzaga, 1996; Trusz, 2010. Há que se considerar ainda nessa estimativa dos preços dos ingressos a diferenciação que começava a existir entre o preço integral de 1\$000, para adultos, e o preço de \$500, para crianças. Também há que se considerar que esses preços eram cobrados, em geral, quando as exhibições eram feitas em salas montadas especificamente para esse fim ou em salões de variedades. Mas que, quando aconteciam em teatros, os preços costumavam ser mais caros e diversificados entre os diversos setores do mesmo (camarotes, frisas, gerais, etc.). Em geral, nessas situações os programas também costumavam ser mais longos e menos apresentações eram dadas a cada dia.

¹²² Para termos uma referência, segundo a *Gazeta de Notícias*, no dia da inauguração do *Salão Paris no Rio* (àquela época com o nome de *Salão de Novidades*) ainda julho em 1897, o estabelecimento teve um público de 1.572 pessoas. E em um mês o salão já tinha sido visitado por cerca de 20.000 pessoas, apesar de ter tido que ficar parado durante alguns dias para reparos nas instalações elétricas (ARAÚJO, 1976, p. 94-95).

¹²³ Cf. Araújo, 1976

exibição parecia continuar sendo um setor bastante rentável. Tanto que, em 22 de novembro de 1911, um articulista da *Gazeta de Notícias* assim se expressava:

E agora sabe quanto podem fazer por dia os cinematógrafos? É de espantar! Imagine as sessões contínuas de qualquer uma dessas casas, das duas da tarde às dez e meia da noite. Suponhamos, seis sessões por dia. Eles podem dar em cada sessão uma renda bruta que varia de 300\$000 a 350\$000. Suponhamos, 300\$000 a sessão e temos pelas seis sessões 1:8000\$000 diários. E isto dura o dia inteiro, ininterruptamente. Aos domingos e dias santos melhor é a renda. Calcule agora a renda do ano. (GAZETA DE NOTÍCIAS apud ARAÚJO, 1976, p.372).

4. AGENTES DA MARC FERREZ & FILHOS EM OUTROS ESTADOS:

Além da venda direta de equipamentos e da realização de contratos para a distribuição de filmes, a Marc Ferrez & Filhos também estabeleceu alguns contratos de concessão da representação para agentes de outros estados. Como mencionamos anteriormente, os Ferrez enviaram à Pathé em 1908 (por conta dos problemas com Staffa), uma carta na qual afirmam já ter estabelecido naquela ocasião representantes em três cidades, para maximizar o comércio dos filmes e equipamentos da firma francesa.

E, de fato, dentre a documentação do arquivo da Família Ferrez, conseguimos localizar 3 contratos nesse período. O primeiro é um contrato firmado com Francisco Serrador, em 30 de maio de 1908, para a representação dos produtos da Pathé nos estados de São Paulo e Paraná¹²⁴. O segundo é um contrato firmado com Hirtz & Irmão, de 24 de julho de 1908, para a representação em Porto Alegre e no resto do estado do Rio Grande do Sul¹²⁵. E o terceiro é um contrato com José Tous Rocca, para representação da MF&F nas cidades do Norte e Nordeste do país. Esse contrato só foi firmado oficialmente em 14 de abril de 1909¹²⁶. Mas, na prática, desde o ano anterior, Tous Rocca (que primeiro havia se tornado mais um cliente no fornecimento de filmes) já vinha atuando como representante da Marc Ferrez & Filhos nessas regiões.

¹²⁴ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.5.1.

¹²⁵ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.5.2 / 1.

¹²⁶ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 44.

4.1 Francisco Serrador e o desenvolvimento do cinema em São Paulo e Paraná

Segundo Máximo Barro (2000, p.103), Francisco Serrador teria nascido em 1871 em Valência, na Espanha, e teria vindo para o Brasil em 1887 (aos 16 anos), se fixando inicialmente em Santos, onde trabalhou como operário braçal. Em seguida teria ido para Curitiba, trabalhando primeiro como vendedor ambulante de peixes e frutas, e passando depois a dono de quiosque (SOUZA, 2004, p.201). Mais tarde teria se associado a outro espanhol, Manuel Lafitte Busquets, em uma agência de mensageiros, e a Antônio Gadotti, na abertura do Frontão Curitibano: um frontão de pelota basca. A partir daí teria se envolvido com negócios na área de diversões, começando com o arrendamento de circos e a promoção de touradas; também sendo possível que tenha exercido jogos de azar (como o jogo do bicho). Em 1902, os três sócios teriam aberto o Parque Coliseu Curitibano. Um parque com diversos tipos de atrações, como rинque de patinação, tiro ao alvo, teatro de variedades, etc. A partir de 1905, também teria passado a funcionar no parque um cinema: o Cinematógrafo Richebourg. A princípio esse cinema era gratuito, sendo usado para atrair o público para o Coliseu, onde as pessoas pagavam por outras diversões, como o carrossel, a patinação, estereoscópicos, etc. Mas, por volta de 1906-1907, a exibição cinematográfica também começaria a ser cobrada, sob a base de \$500 a entrada inteira e \$200 a infantil. Uma vez esgotadas as possibilidades de exploração da cidade de Curitiba, o Cinematógrafo teria tornado-se ambulante, percorrendo as cidades do Paraná e do interior de São Paulo. No dia 30 de agosto de 1907, o Richebourg teria se instalado para uma temporada no Teatro Sant'Ana, na cidade de São Paulo. A essa altura, Busquets já havia saído da sociedade, seguindo apenas Serrador e Gadotti com o cinematógrafo:

Em 1907 [...] quando Francisco Serrador e Antônio Gadotti chegaram a São Paulo, vindos de Campinas, com o seu Cinematógrafo Richebourg, encontraram uma boa receptividade por parte da população, uma vez que o sucesso da ECP [Empresa Cinematográfica Paulista] motivou *O Estado de S. Paulo* a declarar, em julho de 1907, que '[...] já se vai tornando um pedido geral é que as sessões sejam aumentadas com uma ou duas vistas mais, pois o cinematógrafo caiu no gosto do público'. (SOUZA, 2004, p.198).

Ou seja, quando Serrador e Gadotti chegaram a São Paulo eles encontraram terreno fértil para a exploração das exibições cinematográficas. Pois, assim como no Rio de Janeiro, o cinema já estava caindo no gosto do público. Além do que, a EPC, que naquele momento era a maior companhia exibidora em São Paulo já estava entrando em

uma fase descendente, com a reprise de seu estoque. Pouco tempo depois, em 16 de novembro, Serrador já inaugurava na cidade sua primeira sala fixa de cinema, o Bijou Theatre. E, sendo essa também a primeira sala fixa de cinema de São Paulo, ela teria caído nas graças da imprensa. Pois o fenômeno das salas fixas foi recebido de forma bastante distinta daquela como eram recebidas as companhias itinerantes. Ou seja, ao invés do descrédito recebido por essas últimas, as salas fixas foram saudadas com euforia pela imprensa. Souza comenta que, em 1908, a revista Cri-Cri saudou o Bijou Theatre como “o ponto de reunião das famílias paulistanas”:

A cidade de São Paulo, assim como o Rio de Janeiro, passava pela sua ‘nevrose’ cinematográfica com espetáculos no Progridior, Sportsman, Bijou, Teatro Popular do Brás (9-12-1907) e Kinema Theatre (19-12-1907). O Bijou oferecia sessões diárias com meia dúzia de filmes cada uma, às 13h30, 19h30 e 21 horas. (SOUZA, 2004, p.203)

Foi justamente nesse período que Serrador conseguiu, junto à Marc Ferrez & Filhos, a representação dos filmes e equipamentos da Pathé para os estados de São Paulo e Paraná. Em 30 de maio de 1908 Serrador e os Ferrez fecham o contrato para a representação exclusiva dos produtos da Marc Ferrez & Filhos. Ou seja, para o agenciamento, a negociação e a venda de aparelhos e acessórios cinematográficos comercializados pela firma, assim como a venda e o aluguel dos filmes da Pathé nos estados mencionados¹²⁷. Através desse contrato, Serrador se comprometia a manter em São Paulo uma certa quantidade de material em estoque, para atender a demanda das cidades do interior dos estados para os quais havia obtido a representação¹²⁸.

Já a MF&F se comprometia a ceder todas as fitas que fossem exibidas no Rio de Janeiro, no estabelecimento *Cinematographo Pathé*, de propriedade da firma Arnaldo & Cia., [da qual os Ferrez eram sócios] a Serrador, cobrando por eles \$900 (novecentos réis) por metro. Esses eram obviamente filmes de segunda mão, que provavelmente já apresentavam um certo grau de desgaste. Já para os filmes novos, a princípio, o preço seria de 1\$200 réis o metro para fornecimentos inferiores a 30.000 metros. Mas, caso

¹²⁷ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.5.1.

¹²⁸ Veruschka de Sales Azevedo afirma que Serrador também teria estabelecido, em 1910, uma outra filial em Ribeirão Preto, para os mesmos fins:

“Sabemos que Francisco Serrador transferiu uma filial de sua Empresa para a cidade de Ribeirão Preto já no ano de 1910, período posterior às primeiras projeções na cidade. O jornal A Cidade afirma que tal mudança teve a estratégia de facilitar a aquisição de equipamentos e manter um estoque de fitas a disposição de todos os interessados. (AZEVEDO, 2003, p.70)

essa metragem de 30.000 metros fosse atingida dentro do prazo de dois meses, Serrador receberia um ressarcimento no valor de 3:000\$000 (três contos de réis), o que correspondia a uma redução de 100 réis por metro de filme. Os Ferrez se comprometiam também a considerar os negócios tratados diretamente entre a MF&F e qualquer cliente de São Paulo ou Paraná como se tivessem sido feitos pela sucursal de Serrador e, portanto, creditariam a ele 100 réis por metro de filme, mais a diferença entre o preço forte e o preço pelo qual os materiais eram cedidos a Serrador. Pelo contrato, os materiais assim negociados não poderiam ser faturados por preços menores do que aqueles feitos para a sucursal paulista. Serrador, por sua vez, se comprometia a pagar pelos materiais fornecidos à sua sucursal da seguinte forma:

- Filmes de stock: 60 dias após o recebimento destes.
- Materiais metálicos, combustível e demais acessórios: a medida que a venda desses fosse realizada.

José Inácio de Melo Souza afirma que, de posse da representação exclusiva da Pathé para os estados de São Paulo e Paraná, Serrador teria dado novo impulso ao mercado exibidor. Primeiro através da construção de suas próprias salas e, depois, incentivando outros empresários a fazerem o mesmo. Alice Gonzaga refere-se a um número de quatrocentos cinemas “montados” por Serrador na capital e no interior de São Paulo. Já Souza comenta ainda que, para esse serviço, Serrador teria contratado Alberto Botelho, após esse fracassar na instalação de um cinema no Brás (em 1907). Assim, “durante o ano de 1908 [Botelho] teria vendido e instalado mais de cem cinemas, passando depois para a produção de filmes, ainda contratado por Serrador.” (SOUZA, 2004, p.212)

Porém, logo a seguir, em nota de rodapé, Souza comenta que esse número de cem cinemas abertos em um único ano seria exagerado, sendo mais factível para o período de 1908-1910. Mas a questão mais confusa parece ser sobre o início das atividades de Botelho em São Paulo e do seu relacionamento com Serrador. Tanto Alice Gonzaga, quanto Vicente de Paula Araújo afirmam que Botelho teria ido para São Paulo como agente da Marc Ferrez & Filhos. Para tanto, Botelho teria aberto a Empresa Cinematográfica Americana. Mas, como teria sido pouco eficiente na promoção da representação concedida pelos Ferrez, esses não teriam visto outra saída senão a de repassar a representação para Serrador. Essa afirmação, contudo, soa um tanto estranha. Pois, teria realmente Botelho se saído tão mal como agente da MF&F e se saído tão bem

como funcionário de Serrador para desempenhar basicamente a mesma função (difundir os produtos da Pathé pelos estados de São Paulo e Paraná)? Além do que, não consta nenhum documento que comprove essa ligação inicial de Botelho com os Ferrez no arquivo desses últimos.

Mas fato é que entre 1907 e 1911, três empresas controlavam a distribuição (locação/venda) de filmes e a exibição em São Paulo: Rubem Pinheiro Guimarães (cinema Iris); José Balsells (cinema Radium); e Francisco Serrador (cinema Bijou Theatre)¹²⁹. Contudo, os concorrentes não conseguiriam competir com Serrador por muito tempo. Este assumiria rapidamente uma significativa supremacia sobre os demais e, logo em seguida, os eliminaria ou os absorveria¹³⁰. Segundo Souza, nos três primeiros anos de atividade de Serrador em São Paulo, ele controlava cerca de 5 mil lugares por sessão (incluindo nessa conta outras atividades do ramo de diversões, como espetáculos teatrais), enquanto seus concorrentes mais próximos controlavam apenas algo entre 420 e 750 lugares:

A disputa entre Serrador e seus dois principais oponentes não foi de molde a impedir a supremacia da empresa. Em 9-11-1910, Serrador inaugurou o Chantecler Theatre, depois de uma primeira incursão no mercado carioca com o arrendamento do Teatro São Pedro de Alcântara em fevereiro. Em maio de 1911, o Radium abandonava a disputa, engolido por Serrador. No meio do ano, F. Serrador & Cia. transformava-se em sociedade anônima. O Iris foi um dos subscritores da nova empresa. (SOUZA, 2004, p.219-220)

Alice Gonzaga (1996, p.92-93) comenta que o mercado paulista deu a Serrador o poderio que os Ferrez haviam buscado. E assim, com o domínio do mercado exibidor

¹²⁹ Cf. SOUZA, 2004, p.211-212.

¹³⁰ Na realidade, após desistir da praça de São Paulo, Rubem Pinheiro Guimarães seguiu para o norte do país, onde se tornou um dos principais empresários do ramo cinematográfico por muitos anos:

Dos vinte e seis cinemas que a Bahia teve até 1914, nenhum, a princípio funcionava diariamente. Só a partir de 1911, quando o Estado arrendou o [teatro] São João a Rubem Pinheiro Guimarães pelo aluguel semanal de um conto de réis, as sessões passaram para todas as noites.

Desde então, esse tenente da marinha reformado tornou-se o homem forte do cinema na Bahia. Em escala provinciana, foi mais poderoso do que Léon Gaumont na França ou Aldolph Zukor nos Estados unidos. [...] Bonaparte de província, estendeu seu domínio à exibição, à distribuição e à produção. [...] Durante vários anos teve um verdadeiro truste sob o seu poder local, por vezes ampliando-o a outros Estados.

Inicialmente apenas exibidor, marcara-se de logo pela renovação material do teatro. Substituíra os 'vetustos e estritos, quanto inestéticos bancos de palhinha da platéia por cômodas e modernas filas de cadeiras americanas', 'instalara um conjunto elétrico' para difundir a instalação elétrica por toda a casa, e rebaixara o palco 'cujo declive, muitíssimo forte, constituía grande defeito de construção'. (SILVEIRA, 1978, p.25)

paulista e paranaense, Serrador teria dado o grande salto, com a constituição da Companhia Cinematográfica Brasileira (CCB), que conseguiu atrair o interesse de industriais e fazendeiros interessados em oportunidades para investir seus capitais com grande rentabilidade. Segundo Randal Johnson, a CCB talvez tenha sido a primeira empresa cinematográfica brasileira a atrair investidores de grande porte, indo bem mais longe do que a tradicional empresa familiar que havia caracterizado o setor até aquele momento. Assim, em pouco tempo ela começou a eliminar ou a absorver seus concorrentes; e agora não apenas em São Paulo, mas também no Rio de Janeiro. Tal foi o crescimento da companhia que nem mesmo a Marc Ferrez & Filhos conseguiu resistir e, em 30 de abril de 1912, os Ferrez venderam para a CCB todos os seus ativos, assim como os direitos de representação da Pathé Frères e das demais companhias¹³¹ que representavam. Ou seja, de agente da MF&F, Serrador passou a presidente da maior companhia cinematográfica do Brasil, que englobava a firma dos Ferrez e passava a deter diretamente a representação da Pathé Frères.

4.2 Hirtz & Irmão - o cinema no Rio Grande do Sul

O contrato¹³² feito entre a Marc Ferrez & Filhos e Hirtz & Irmão (rua S. Rafael 21 – Porto Alegre) em 24 de julho de 1908 estipulava que os segundos se comprometiam em adquirir um exemplar de cada uma das produções semanais da Pathé (o que correspondia a cerca de 1.000 metros de filmes) pelo preço de 1\$000 (um mil réis) por metro PB, com acréscimo de \$700 (setecentos réis) por metro nas partes coloridas. E os cartazes dos filmes seriam cobrados à razão de \$700 (setecentos réis) por cada exemplar de 129 x 160 cm. Sendo que se os cartazes fossem maiores ou menores, seriam cobrados de forma proporcional.

Já a Marc Ferrez & Filhos se comprometia, assim como no contrato feito com Serrador, em manter em Porto Alegre (sob os cuidados de Hirtz & Irmão) um pequeno estoque de aparelhos e acessórios cinematográficos para atender as demandas do estado. Sobre a venda desses equipamentos seria concedido aos seus agentes um desconto (ou uma comissão) de 10% sobre os preços marcados nos catálogos. E, se no prazo de seis

¹³¹ Essas outras companhias não eram fabricantes de filmes, mas de equipamentos e acessórios, como a fábrica Aster (que produzia geradores de energia elétrica).

¹³² Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.5.2/01.

meses a contar da assinatura do contrato, a soma das vendas de material realizadas por Hirtz & Irmão fosse igual ou superior a 6:000\$000 (seis contos de réis), os agentes ganhariam um benefício extra de 5%. Ou seja, o desconto em relação aos preços do catálogo (ou sua comissão) passaria a ser de 15% para o resto do contrato. Contudo, esses preços já deveriam ser maiores do que aqueles do catálogo confidencial recebido pelos Ferrez diretamente da Pathé. Isso porque a comissão dos Ferrez também era de 10% sobre os preços desse catálogo confidencial. Assim, não faria sentido eles concederem toda a sua comissão para os agentes do sul.

O pagamento dos equipamentos deixados em consignação deveria ser feito conforme esses fossem sendo vendidos e após a efetuação de balancetes mensais. Os Ferrez também se comprometiam em fornecer fotografias e catálogos para que se fizesse a propaganda desses equipamentos. E se comprometiam ainda (como também acordado com Serrador) a considerar qualquer negócio tratado diretamente entre a Marc Ferrez & Filhos e clientes do Rio Grande do Sul como se tivesse sido efetuado pelos Srs. Hirtz & Irmão, sendo creditadas a esses as respectivas comissões, após a apuração dos cálculos a serem realizados ao final de cada ano.

Como mencionamos acima, no contrato com Hirtz & Irmão, é concedida a representação dos equipamentos da Pathé para o Rio Grande do Sul. Mas chama a atenção que não se fala no contrato sobre representação para os filmes da mesma companhia. Contudo, consta a proposta para o fornecimento de uma certa quantidade de filmes que aparentemente seriam para exibição em alguma sala dos próprios contratantes.

A confusão de informações sobre essa representação para o sul, na verdade, parece ser ainda maior. Alice Dubina Trusz, afirma que em 20 de maio de 1908 teria sido inaugurado o *Recreio Ideal*, o primeiro cinema fixo de Porto Alegre¹³³. Cinema que teria sido criado pela empresa José Tous & C. (provavelmente o mesmo José Tous [Rocca] que logo depois assinaria com os Ferrez contrato de representação para os estados do Norte e Nordeste). Mas, um mês depois, o cinema teria sido vendido para a empresa Bartelô & C., que teria dado início a suas atividades em 31 de julho do mesmo

¹³³ Todeschini comenta sobre os horários de exibição e os preços cobrados pelo novo cinema, que tinha matinês das 3 às 4 horas da tarde e *soirés* das 6 ½ às 11 horas da noite; e cadeiras de 1ª custando 1\$000, e de 2ª custando \$500. (TODESCHINI, 1995, p.14)

ano. Segundo Trusz, a sala teria permanecido sobre controle de Bartelô & C. até agosto de 1909, quando só então teria sido repassada aos irmãos Eduardo e Francisco Hirtz.

Contudo, conforme observa Trusz, Antônio Jesus Pfeil afirma em suas publicações que o cinema Recreio Ideal teria se tornado propriedade dos irmãos Hirtz ainda em julho de 1908¹³⁴. A informação teria como base uma nota publicada no *Correio do Povo*. Trusz reconhece a existência da nota, que afirmava que o Recreio Ideal seria repassado “à propriedade dos srs. Hirtz & Cia.”¹³⁵. Mas questiona se o negócio teria realmente se efetivado. Pois, segundo a pesquisadora, ao se acompanhar as informações veiculadas pelo mesmo periódico nos dias seguintes, verifica-se que o repasse do cinema teria se concretizado em favor de outros exibidores (os srs. Baterlô & C.). Trusz afirma ainda que Bartelô é quem teria assumido a representação estadual da Pathé Frères:

¹³⁴ Pfeil também comenta sobre a significativa produção de filmes exercida por Eduardo Hirtz, afirmando inclusive que foi nessa condição de realizador de filmes que ele se tornou mais vinculado à história do cinema brasileiro (o que podemos considerar como mais um exemplo da tendência da historiografia do cinema brasileiro em dar ênfase à produção em detrimento dos demais setores. Ainda mais se formos considerar a importância da atuação de Hirtz nesses outros setores e em especial na exibição):

Este mosaico cinematográfico, a atmosfera seduzida pelas imagens da tela, propiciava as condições necessárias para uma outra atividade do cinema: a produção de filmes.

Com intimidade no ramo fotográfico, setor do qual era chefe na Litographia Hirtz & Irmãos, Eduardo Hirtz ampliou o seu interesse pelo cinema, dedicando-se a realização de filmes, já que havia adquirido uma câmera, anunciando a disponibilidade de filmar festas de aniversário e outros acontecimentos.

[...]

É como produtor e diretor, no entanto, que Eduardo Hirtz tem seu nome ligado à história do cinema nacional, na medida que surge realizando *Ranchinho do Sertão*, lançado em 27 de março de 1909, cuja ação dramática foi extraída de um dos mais populares poemas de Lobo da Costa. [...]

Do seu pequeno laboratório, nos altos do cinema Recreio Ideal, saíram cópias de vários documentários [...]

Desenvolvendo a sua área de produção, Hirtz, em princípios de julho de 1912, com a ajuda do cinegrafista carioca Emílio Guimarães passou a produzir o Recreio-Ideal-Jornal, projetado às sextas-feiras, com notícias da capital e interior. Nas vinte e uma edições, o jornal da tela de Hirtz satisfez a sociedade local que, deslumbrada, ficava observando passar as imagens conhecidas de uma Porto Alegre calma e tranqüila. (PFEIL, 1995, p.19-20)

Pfeil comenta também sobre a destacada atuação de Hirtz nos demais negócios ligados à área cinematográfica:

Hirtz teve intensa e importante participação no ramo cinematográfico, como investidor, numa franca atividade que o levou a ser sócio de vários cinemas – Cine-Theatro Coliseu, Cine-Theatro Apolo, Cine-Theatro Talia – e a participar da empresa Damasceno Ferreira & Cia., que a partir de 1911 transformou-se no maior complexo de exibição, com cinemas em Pelotas, Bagé, Santa Maria, Rio Grande e Rio Pardo, e distribuição de filmes, gerando total descontentamento por parte dos concorrentes. (Ibid, p.19-20)

¹³⁵ CORREIO DO POVO apud TRUSZ, 2008, p. 365.

O fato é que Baterlô havia assumido a representação estadual da distribuidora Pathé Frères centralizada no Rio de Janeiro, o que o colocava em grande vantagem junto aos concorrentes porque garantia o abastecimento de filmes e a renovação dos programas da sala, condição do sucesso do negócio. A produtora francesa dominava o mercado mundial de produção e distribuição de filmes, equipamentos e acessórios cinematográficos no momento. Durante a fase da exibição itinerante, a maior parte dos filmes exibidos em Porto Alegre foi de origem francesa e européia, sendo significava a participação de filmes de Georges Méliès/Star Film num primeiro momento e da Pathé Frères nos anos seguintes. Em 1907, esta última já predominava entre os projetores trazidos à cidade pelos exibidores itinerantes, tornando-se exclusiva em 1908 e 1909. (TRUSZ, 2008, p. 366)

A pesquisadora apresenta inclusive um anúncio de Bartelô propagandeando a posse dessa representação:



Recreio Ideal
Empreza Bartelô & C.
Rua Andradas n. 321
Casa de sessão cinematographica

Esta empreza acceita chamado tanto para esta capital como para fóra.
Dá-se sessões particulares para familias. Aluga-se fitas. vendas de cinematographo, fitas usadas e novas, motores, luz oxigenio, oxilette, carvões, cartazes, resistencia, etc., etc

Unicos agentes para o Rio Grande do Sul da casa **Pathé Frères.**

Recreio Ideal
Empreza Bartelô & C.
ANDRADAS—321
1557 3ª, 5ª, sabbs. e doms. até 8 set

Anúncio do Recreio Ideal de 02/09/1908. Fonte: JORNAL DO COMÉRCIO apud TRUSZ, 2008, p. 378.

Trusz ainda aventa a hipótese de que talvez pudesse ter havido inicialmente uma sociedade entre Bartelô e os irmãos Hirtz (que só teriam seu nome definitivamente associado à posse do Recreio Ideal a partir de agosto de 1909). E, diante dessas informações conflitantes, a princípio essa parece ser mesmo a explicação mais plausível para que se tenha o arrendamento do Recreio Ideal e a representação da Pathé Frères para o Rio Grande do Sul sendo alardeadas pela imprensa gaúcha como sendo de Bartelô, e ao mesmo tempo tenhamos o contrato de representação assinado pela Marc Ferrez & Filhos em favor dos Srs. Hirtz & Irmão.

4.3 José Tous Rocca e o desenvolvimento do cinema no Norte e Nordeste

Em 18 de novembro de 1908, a Marc Ferrez & Filhos fecha contrato com José Tous Rocca para a venda e locação de filmes¹³⁶. É bastante provável que Tous Rocca seja o mesmo empresário que apresentou a atração AUTO-TOURS no Rio de Janeiro em março de 1907. Tal atração consistia em uma espécie de simulação de um passeio de automóvel por diferentes cidades ao redor do mundo: o espectador entrava em uma espécie de simulador de automóvel, por cujas suas janelas eram projetadas vistas que simulavam a viagem por tal ou qual cidade. A notícia sobre a apresentação do AUTO-TOURS no Rio de Janeiro é apresentado por Vicente de Paula Araújo (1976, p. 196), mas o pesquisador apresenta o nome do empresário como José Tours. Contudo, como afirma Trusz, é bastante provável que a diferença na grafia do nome seja apenas um erro de digitação (seja dos jornais da época, seja do próprio pesquisador). Se tal erro for confirmado, então também ficaria confirmado que esse foi o mesmo exibidor que abriu, em 1908, o Cinema Ideal: o primeiro cinema fixo de Porto Alegre:

O Recreio Ideal foi inaugurado em 20 de maio de 1908 na rua dos Andradas, 321, em frente à praça da Alfândega, como um novo centro de diversões local. Era uma iniciativa da empresa José Tous & C., ‘representante de uma fábrica espanhola de acessórios cinematográficos’. Considerando-se que na época era muito comum que diferentes impressos grafassem de forma distinta e inclusive equivocada os nomes próprios, seria perfeitamente possível que José Tous fosse o mesmo José Tours referido por Vicente de Paula Araújo como o exibidor que explorou o Auto-Tours no Rio de Janeiro em 1907. É possível que o ‘r’ houvesse sido acrescentado ao seu sobrenome pelos jornalistas cariocas ou pelo próprio pesquisador em função de uma

¹³⁶ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 43.

interpretação baseada na semelhança entre o nome da diversão por ele exibida e o seu sobrenome, quando é mais provável que o Auto-Tours assim se chamasse em função da natureza do espetáculo que proporcionava: a viagem imaginária de automóvel por diferentes cidades com fins turísticos. Por outro lado, a imprensa porto-alegrense foi clara em suas notas, assim como o exibidor em seus anúncios, sobre a correta grafia do nome do primeiro proprietário do Recreio Ideal: José TOUS. (TRUSZ, 2008, p. 359)

O AUTO-TOURS também foi apresentado em São Paulo, em agosto de 1907, e em Porto Alegre, a partir de abril de 1908. Mas parece que, ao menos desde agosto de 1907, o empreendimento não estava mais ligado a José Tous (ou Tours). Pois, segundo notícia da *Gazeta de Notícias* (de 27/10/1907), reproduzida por Araújo, esse empresário voltava ao Rio de Janeiro para novas exibições cinematográficas. Ele arrendara o Palace-Theatre para apresentação do seu Cinematógrafo Inglês. Ou seja, tratava-se agora de projeções mais “tradicionais”.

Além disso, quando o AUTO-TOURS chega a Porto Alegre o nome estampado pelos jornais gaúchos como sendo o do empresário de tal empreendimento é o de L. Hornstein¹³⁷. Logo em seguida à sua estréia, em abril de 1908, era inaugurado o Recreio Ideal: a primeira sala fixa de cinema de Porto Alegre. Esse, sim, um empreendimento de José Tous Rocca. Porém, como mencionado anteriormente, Tous Rocca se manteve a frente do Recreio Ideal por um breve período de tempo (cerca de um mês), vendendo-o em seguida. Alice Dubina Trusz, afirma que após a venda da sala, Tous Rocca teria partido de volta para o Rio de Janeiro. Mas sobre essa nova temporada carioca, não encontramos nenhuma evidência. Nas correspondências trocadas com a Marc Ferrez & Filhos¹³⁸, Tous Rocca já estava atuando como exibidor ambulante na Bahia.

Podemos supor que os Ferrez e Tous Rocca tenham se conhecido pessoalmente no Rio de Janeiro, em uma das passagens desse último pela cidade. Mas fato é que o primeiro contrato firmado entre a MF&F e José Tous Rocca data de 18 de novembro de 1908. Segundo as cláusulas do contrato, os Ferrez lhe forneceriam semanalmente cerca de 1.500 metros de filmes, que deveriam ser devolvidos no prazo de 3 semanas, contando do dia do embarque.

¹³⁷ Para maiores detalhes sobre o funcionamento do AUTO-TOURS, conferir TRUSZ, 2010.

¹³⁸ A coleção de correspondências entre a MF&F e José Tous Rocca no Arquivo da Família Ferrez encontra-se claramente incompleta. A primeira carta trocada entre ambas as partes é datada de 18 de novembro de 1908. Mas, pelo seu teor, temos a impressão de que esse contato já vinha acontecendo há algum tempo.

Para o aluguel durante todo esse prazo, seria cobrado o valor de 100 réis por metro de filme. Mas, caso os filmes não fossem devolvidos dentro dessas 3 semanas, seriam cobrados mais 100 réis por metro por cada semana de atraso. No caso de venda, seriam cobrados 600 réis por metro de filme PB. Já os coloridos seriam cobrados “pelos preços afixados nas latas com desconto de 50% entendendo-se o mesmo abatimento para as viragens”¹³⁹. Como em todos os outros contratos, as despesas de frete e embarque ficavam por conta do locatário ou comprador. Ou seja, ficavam por conta de Tous Rocca. O empresário ficava obrigado ainda a fazer um depósito de 3 contos de réis como garantia do cumprimento das obrigações (ou pagamentos) assumidos com a MF&F. Esse valor deveria ser guardado para ser devolvido ao final do contrato, caso esse fosse cumprido sem problemas.

Entretanto, no mesmo dia do fechamento desse contrato, os Ferrez já escreviam para Tous Rocca propondo que ele se tornasse seu agente para as cidades do Norte e Nordeste do país:

Exibindo as fitas Pathé em vossos espetáculos necessariamente fareis reclame para esta firma e insensivelmente o publico inquirirá dos meios de adquirir material idêntico ao vosso.

Indo adeante de taes perguntas, achamos de conveniência para ambas as partes, tornar-vos nosso agente para os logares que ides explorar por meio de exhibições e assim pela venda de nossos artigos augmentar os vossos lucros.

Fornecendo-vos os nossos modernos catálogos, podereis facilmente angariar os freguezes a quem vendereis A VISTA pelos preços indicados todo e qualquer material (sendo os transportes sempre por conta do freguez) [...].¹⁴⁰

A proposta apresentada estipulava que Tous Rocca receberia aqueles mesmos 10% de desconto sobre os preços constantes nos catálogos. E, se no prazo de 3 meses ele atingisse uma meta de 6 contos de réis em vendas, esse desconto/comissão passaria para 15%. Os Ferrez finalizavam a carta dizendo ter convicção no rápido crescimento da agência de Tous Rocca, o que proporcionaria inclusive a manutenção de um estoque permanente de material, facilitando bastante os negócios. Pois, dessa forma, se tornaria mais fácil atender as demandas dos clientes da região.

¹³⁹ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 43.

¹⁴⁰ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 1. Carta enviada pela MF&F a José Tous Rocca em 18/11/1908.

Em 06 de dezembro de 1908, os Ferrez escrevem novamente a Tous Rocca fazendo votos para que ele tivesse estreado suas exibições com sucesso¹⁴¹. Eles diziam não saber se Tous Rocca ainda estava trabalhando como exibidor ambulante¹⁴², ou se já estava trabalhando em um cinema fixo (ou “por sessões”, como colocavam em outra carta). Os Ferrez deixam clara a sua preferência pelos cinemas fixos. Assim como nesse caso, ao longo de várias outras cartas os Ferrez insistem bastante nesse ponto, incentivando a criação de salas fixas e alegando que essas dariam despesas menores e lucros maiores do que as companhias ambulantes. Assim, em 6 de dezembro de 1908, eles escreviam para Tous Rocca:

Não tivemos ainda o prazer de o ler porem acreditamos e fazemos votos para que já tenha estreado com sucesso abrindo uma casa fixa de exibições. Preferimos isto ao Theatro certo de que as despesas serão menores e os lucros superiores.¹⁴³

E em 14 e 25 de dezembro do mesmo ano voltavam a tocar no mesmo ponto:

Temos esperança que com sua actividade já estabeleceu uma casa fixa com negócios prósperos.¹⁴⁴

Temos mais do que certeza de que abrindo uma boa casa na Cidade da Bahia os resultados cobrirão os sacrifícios.¹⁴⁵

Os Ferrez ainda falavam brevemente sobre a atividade de Paschoal Segretto, que também atuava com companhias cinematográficas na Bahia e relatavam alguns filmes que haviam feito sucesso no Rio de Janeiro, o que serviria de sugestões de aquisição para Tous Rocca. Entre esses filmes os Ferrez citam os filmes da Exposição¹⁴⁶ (que também teriam sido alugados por Segretto) e os Exercícios de esgrima e baioneta pelos Marinheiros Nacionais.

As cartas trocadas com Tous Rocca, além de tratarem dos negócios específicos entre os dois parceiros comerciais, também serviam para manter os Ferrez a par do que acontecia nos mercados daquela região e vice-versa. Infelizmente as cartas remetidas

¹⁴¹ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 3.

¹⁴² Ao que se referem através do termo “trabalhando com Theatro” Ou seja, trabalhando através do aluguel de algum teatro por período temporário.

¹⁴³ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 3. Carta enviada pela MF&F a José Tous Rocca em 06/12/1908.

¹⁴⁴ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 6. Carta enviada pela MF&F a José Tous Rocca em 14/12/1908.

¹⁴⁵ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 7. Carta enviada pela MF&F a José Tous Rocca em 25/12/1908.

¹⁴⁶ Essa exposição se tratava provavelmente da **Exposição Nacional Comemorativa do 1º Centenário da Abertura dos Portos do Brasil**, ocorrida no Rio de Janeiro, entre janeiro e novembro de 1908.

por Tous Rocca não se encontram no arquivo da Família Ferrez, mas apenas as cartas remetidas por esses a Tous Rocca.

Em 09 de dezembro de 1908, os Ferrez escrevem novamente a José Tous Rocca, confirmando o recebimento do pedido de 4.000 metros de filmes e avisando que os mesmos já haviam sido enviados¹⁴⁷. Eles diziam ainda que se esforçavam para fornecer sempre programas variados e atraentes:

Pela relação que segue junto, o Amigo verá que procuramos variar o mais possível e assim terá ensejo de fornecer bons espetáculos. Mandamos nas cômicas algumas fitas pequenas para enchimento de programma ou começo e pela lista verá que quase tudo são novidades. Acrescento algumas photos para reclame. Esperamos que está fazendo propaganda para nossa casa e seria com satisfação que veremos nossas relações aumentarem.¹⁴⁸

Os Ferrez pediam ainda que Rocca lhes enviasse seus programas, assim como os dos demais concorrentes que existissem por lá, e informavam que alguém pretendia abrir um cinema fixo em Pernambuco. Como era final de ano, os Ferrez aproveitavam a oportunidade para sugerir a Tous Rocca a aquisição do filme da vida de Cristo feito pela Pathé, para ser exibida na época de natal. Filme que, afirmavam, sempre dava grandes lucros:

O fim do anno está próximo e talvez não seja inoportuno lembrar a aquisição senão da Vida de Christo, pelo menos do Nascimento que tem a sua razão de ser para Natal e todas as festas do Anno Bom. A metragem é de 160m e o colorido 35% o que faz o total de 195 [?]. [...] O Amigo mais tarde poderia adquirir o resto da Vida de Christo que é fita que toda Empresa deve possuir pelos enormes lucros que sempre traz. A Vida de Christo completa da Pathé nova e toda colorida e virada é do valor de 1.300\$000.¹⁴⁹

Os Ferrez terminavam a carta dizendo que achavam mais interessante que se combinasse uma quantidade semanal de filmes a serem remetidos, sugerindo algo em torno de 1.500 a 2.000 metros por semana. Pois isso facilitaria o trabalho, criando um serviço certo, constante, e evitando possíveis atrasos nas remessas. Atrasos que poderiam causar embaraços a ambas as partes. A impressão que temos ao longo das cartas é que os Ferrez estavam se esforçando em estimular a criação de salas fixas justamente para que estas passassem a demandar um fornecimento regular de filmes, ao

¹⁴⁷ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 4. Carta enviada pela MF&F a José Tous Rocca em 09/12/1908.

¹⁴⁸ Ibid.

¹⁴⁹ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 4. Carta enviada pela MF&F a José Tous Rocca em 09/12/1908.

¹⁴⁹ Ibid.

invés de fazerem encomendas de maior vulto, porém mais espaçadas no tempo (como era o caso dos ambulantes). Isso porque, provavelmente, no final das contas as vendas para as salas fixas acabavam sendo maiores do que aquelas feitas para os ambulantes. Além do que, sabendo com mais precisão a quantidade semanal de filme que necessitariam, ficava mais fácil de se organizarem e de fazerem as encomendas junto à matriz da Pathé, na França. E, assim, a operação dos serviços de aluguel/venda de filmes tornava-se de fato mais fácil. Tanto que em outra carta, de 14 de dezembro de 1908, os Ferrez escreviam: “[...] esperamos que o Amigo estabeleça um serviço regular afim de variar os programmas e facilitar as remessas. Nos convem mais variar sempre com programmas de 2000 metros do que agüentar de improviso com uma remessa de 5 a 6 mil metros”¹⁵⁰. Seguindo com suas argumentações em prol do estabelecimento de salas fixas, os Ferrez diziam saber o que estava acontecendo com os cinemas na Bahia:

Tem todos pequeno repertorio e tratão de esfoliar e enganar o publico. Por Isso temos confiança n’uma casa de sessões em que havia de variar os programmas e nunca repetir, como fazemos aqui na Avenida. O publico se habitua e existe sempre uma freguezia constante. De mais o Amigo melhor do que nós conhece isto. O mais importante n’este assumpto são as fitas e tendo nossa casa para fornecimento de fitas, pode ter plena certeza do sucesso e a venda de aparelhos e accessorios virá depois. Quando virem o sucesso serão os primeiros a querer ter suas fitas compradas ou alugadas. N’este caso seria bom conversar connosco afim de ter então a nossa agencia¹⁵¹.

Sobre esse assunto, os Ferrez voltariam a tocar várias vezes. Em carta de 3 de fevereiro de 1909, por exemplo, voltavam a dizer que esperavam pela abertura de uma nova sala fixa de cinema na Bahia para que pudessem enviar semanalmente a Tous Rocca uma remessa de filmes e estabelecer um “vai e vem constante de relações”¹⁵². E, em outra carta do mesmo dia, reafirmam sua crença de que a chave para se obter sucesso era estar sempre variando os programas, apontando que os motivos para a estagnação do cinema em Pernambuco era a “falta de luz electrica e a eterna questão de programma que faz com que estejam em pleno marasmo. O mesmo facto que se deu em Porto Alegre. Convem pois fundar uma casa com motor a si próprio que este sacrificio será recompensado.”¹⁵³

¹⁵⁰ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 6.

¹⁵¹ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 5. Carta enviada pela MF&F a José Tous Rocca em 12/12/1908.

¹⁵² Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 11.

¹⁵³ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 12.

A ideia dos Ferrez parecia ser que o sucesso da sala fixa a ser criada por Tous Rocca (sucesso no qual diziam ter convicção) iria servir de exemplo aos demais exibidores, que também iriam querer se fixar, criando salas permanentes nas principais cidades da região. Essas, por sua vez estimulariam a criação de salas menores pelo interior dos estados, que alugariam (ou comprariam) os filmes depois de passados nos cinemas das capitais. Além disso, com a proliferação das salas fixas também deveria vir o aumento na venda de equipamentos cinematográficos para projeção e seus respectivos acessórios. E, dentre esses, os geradores de energia seriam peças fundamentais (junto com os projetores) para os cinemas do interior e demais cidades onde o fornecimento de energia elétrica ainda era bastante deficiente ou mesmo inexistente:

Esperamos que a nova casa se abra para podermos remettermos 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 e no interior de todos esses estados hão de se criar casa de menor importância que alugarão as succurseas (sic) estabelecidas em cada capital. Para isso vamos lhe mandar em breve instruções para a venda de motores que podem trabalhar com petróleo e com magneto o que é uma das mais bellas invenções da casa Aster. Isto pode permitir a aquisição desses motores e temos pessoal para ir montar. O freguez só terá de gastar o preço da passagem do operador e estadia de hotel.¹⁵⁴

Ao que parece, a MF&F estava, em certa medida, tentando reproduzir no Brasil aquilo que a Pathé Frères havia efetuado na França. Ou seja, estimular a criação de salas fixas através da atribuição da exclusividade da exploração dos filmes da companhia francesa para agentes estabelecidos em determinadas regiões do país. Isso no mesmo intuito de estimular o aumento no volume de negócios e a velocidade da renovação dos pedidos de novos títulos por parte dos exibidores. Mas o problema é que as semelhanças com o projeto da Pathé paravam por aí. Pois as diferenças pareciam muito maiores: a começar pelo fato de que, diferente da França, o mercado brasileiro (em especial o da região Norte e Nordeste) não parecia estar enfrentando uma crise de super produção ou de superabundância de filmes. E, com exceção de algumas poucas cidades com melhor prosperidade, como Manaus e Recife, a região parecia enfrentar significativos problemas de carência de recursos por parte da população, o que tornava bem mais complicado o estabelecimento de casas fixas. Falando sobre as empreitadas de

¹⁵⁴Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 11. Sobre esses geradores de energia, podemos constatar através das cartas e dos catálogos, que a Marc Ferrez & Filhos possuía diversos tipos e modelos. Alguns mais apropriados para instalação em cinemas fixos e outros, mais fáceis de montar e desmontar, mais apropriados ao cinema ambulante.

diferentes exibidores no Teatro São João, localizado em Salvador (BA), entre 1899 e 1911, Sílio Boccanera Júnior comenta que “todos, mais ou menos, sofreram prejuízos, devido ao alto preço, então, dos filmes, e, ainda à falta de concorrência do público [...]” (JÚNIOR, 2007, p.65). Além do mais, também diferente do projeto francês, a MF&F não procurou atribuir os direitos de exclusividade da exploração da marca Pathé a algum (ou alguns) empresário ou empresa economicamente forte e que tivesse condições de arcar com as despesas da construções de cadeias de salas exibidoras por conta própria. Ao invés disso, o que os Ferrez tentaram foi incentivar um exibidor ambulante a se arriscar a se fixar em um local cujo mercado parecia ser um tanto fraco e torcer para que o empreendimento desse certo, para a partir daí servir de estímulo para que outros empresários se aventurassem no mesmo sentido.

Assim, apesar de terem conseguido em alguma medida fechar negócios, aumentar as vendas e estimular a criação de algumas casas fixas de exibição em diferentes cidades dessas regiões, parece que os planos da MF&F não se concretizaram plenamente. Ao menos é o que indicam duas cartas: uma de 11 de janeiro e outra de 30 de abril de 1909. Na primeira, os Ferrez, depois de prestarem suas condolências pelo falecimento do operador de Tous Rocca (Snr. Amadeo), a quem parecem ter conhecido, diziam acreditar que fora o Rio de Janeiro, São Paulo e Porto Alegre, apenas alguns outros poucos lugares apresentavam boas condições para a exploração do cinema:

No Brasil pensamos que aparte Rio, S. Paulo, Porto Alegre (estas tres já estam demais exploradas) só há bom trabalho a recolher em Recife, Pará e Manáos e talvez um pouco em Maranhão. O resto deve ser todo no gênero de Maceió, Aracajú e outras cidades que só podem constar como política, porquanto nada possuem para merecer o titulo de cidade. Temos certeza de vossos esforços e queira crer que de nosso lado faremos o possível para vos ajudar no sentido que vossos esforços hão de tender.¹⁵⁵

Já na segunda carta, de 30 de abril de 1909, os Ferrez reclamavam da maneira como os exibidores estavam se estabelecendo, ficando somente no litoral e deixando o interior sem ser explorado:

Isto de estar fixo não impede empresas viajando pelo interior dos estados, o que tem sido mal explorado. Todos ficão na praia e ninguém se enterna. Enfim, o Amigo melhor que nós deve catal-os para a Victoria.¹⁵⁶

¹⁵⁵ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 10.

¹⁵⁶ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 13.

Assim, os Ferrez, apesar de insistirem na abertura de uma casa fixa, elogiam a atitude de Tous Roucca de mandar viajar a sou troupe. E aproveitam para dizer que eles estavam preparados para enviar os filmes para qualquer endereço, conforme as demandas de Tous Rocca. Atendendo a pedido feito por este, os Ferrez afirmavam também que os filmes poderiam passar a ficar sobre o seu poder pelo prazo de um mês.

Como dissemos mais acima, o contrato que tornava Tous Rocca agente da Marc Ferrez & Filhos só foi assinado de fato em abril de 1909. Mas pelo que podemos verificar, na prática, ele já estava atuando dessa forma ao menos desde o final do ano anterior. Em uma carta de 26 de dezembro de 1908, por exemplo, os Ferrez escreviam a Tous Rocca sobre Honorato José de Souza, um exibidor da Bahia com o qual Tous Rocca estava fazendo negócios em nome da casa MF&F:

Confirmamos a nossa carta de ante-hontem e fizemos remessa directamente a Honorato José de Souza (Trapiche Pilar) dos artigos pedidos. [...] Escrevemos ao Snr. Honorato de vos fazer o pagamento directamente porem caso elle não vos contacte, fará saque a nosso favor da importância de nossa factura. De qualquer forma fica a vossa comissão reservada.¹⁵⁷

Mas finalmente, em 14 abril de 1909, o contrato de representação é assinado¹⁵⁸. E através de suas cláusulas ficava oficializada a nomeação de José Tous Rocca como agente da Marc Ferrez & Filhos em todas as cidades e capitais do Norte do país, para a venda de equipamentos cinematográficos e demais artigos relacionados à projeção luminosa, assim como para a venda e aluguel de filmes da Pathé. Essa representação teria validade por toda a duração dos negócios feitos com clientes trazidos, encontrados ou mesmo recomendados por Tous Rocca à MF&F. Esses últimos se comprometiam a dar uma comissão de 10% sobre todos os artigos vendidos por Tous Rocca (inclusive dos artigos vendidos a partir de recomendação), assim como uma comissão de 5% sobre os alugueis de filmes. Da mesma forma que em vários outros contratos, ficava estipulado que essas condições eram válidas dentro das condições de representação da Pathé que os Ferrez possuíam naquele momento. Mas que se essas condições se alterassem (e elas se alteravam com grande frequência) as condições deste contrato com Tous Rocca também poderiam ser alteradas. Ficava estipulado também que o contrato teria validade de seis meses, podendo depois desse prazo ser reformado, revogado ou modificado, com a concordância de ambas as partes. E, por fim, ficava determinado que

¹⁵⁷ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 09.

¹⁵⁸ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 44.

se surgissem impasses a serem resolvidos na justiça, o único tribunal que poderia resolver tais conflitos seria o Tribunal do Rio de Janeiro.

Ao menos desde fevereiro de 1909, Tous Rocca parecia já estar fora da Bahia, viajando por outras cidades e estados, no intuito de estabelecer novos negócios em nome da MF&F. Dessa forma, em 30 de abril de 1909 os Ferrez escrevem para Tous Rocca acusando recebimentos de cartas dele vindas de outros lugares, como Maceió, assim como o recebido de um telegrama anunciando bons negócios em Natal¹⁵⁹. Nessa mesma carta, os Ferrez avisavam sobre um outro cliente do Maranhão que havia entrado em contato, e para o qual já estavam remetendo um catálogo. Os Ferrez também avisavam que estavam encaminhando a carta do tal sujeito para Tous Rocca e que no caminho de volta das suas viagens ele deveria encontrar com o potencial cliente no Maranhão.

Avisavam ainda que haviam recebido da Pathé a cópia de uma fatura de filmes comprados por Marius Levy, do Pará. E pediam para Tous Rocca ver se conseguia estabelecer relações com essa firma, para que ela passasse a comprar os filmes da Pathé através da MF&F e não mais diretamente na Europa. Mas parece que essa cooptação não foi bem sucedida. Pois, meses depois, em 17 de maio, os Ferrez escreviam novamente dizendo que Levy e um outro exibidor – Fontes Filhos e Cia. – eram os únicos (no Norte/Nordeste) que compravam filmes da Pathé diretamente de Paris. Nessa ocasião, os Ferrez insistiam mais uma vez para que Tous Rocca tentasse convencê-los a passar a compra através da Marc Ferrez & Filhos. Em relação a Fontes Filhos, eles diziam saber que ele comprava os filmes por intermédio da casa Paiva Laurent e Cia. O preço que a MF&F propunha a Fontes Filhos era 1\$000 por metro de filme da produção habitual PB + \$400 por metro colorido, sendo as viragens feitas pelos preços mínimos determinados pela Pathé. Os Ferrez pediam ainda que Tous Rocca falasse com o exibidor sobre os filmes de arte, avisando em seguida sobre qualquer resolução:

Lembrei-me e isto a ver que elle tomando uma collecção por semana e mais Films de Arte obteria grande resultado tomando varias praças do norte e assim podendo apresentar sempre novidades ou alugaria a outros depois de exhibil-os tornando-se o negocio vantajoso. Em ultimo recurso trata de alugueis podendo fazer variar o preço (sempre para mais) e nós facilitando a

¹⁵⁹ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 13.

estadia no Norte por mais tempo. Um mez não faz falta aqui. O beneficio só pode ser para todos.¹⁶⁰

Ainda na carta de abril de 1909, os Ferrez falavam sobre um outro exibidor: [Édouard] Hervet¹⁶¹. Expressavam o desejo que ele estabelecesse um cinema fixo em algum lugar ou que continuasse viajando entre dois ou três estados, mas que comprasse uma coleção de filmes da MF&F ou que se tornasse cliente regular para o aluguel de filmes. E advertiam que caso contrário, poderiam entrar em franca disputa. Mais uma vez insistiam que o estabelecimento de salas fixas seria vital para o sucesso dos negócios cinematográficos:

Soubemos por informações do operador do Jolly que elle [Hervet] se retirou da Bahia com altos prejuizos e isto succederá a todos que não querem se estabelecer fixo e entrar em relações connosco.¹⁶²

Pelo menos até maio, os Ferrez ainda estavam tentando negociar com Hervet para que esse comprasse seus filmes, fossem os da produção semanal, fossem os da coleção da SCAGL. (ao preço de 1\$000 o metro), ou os “Films de Arte” (estes a 2\$100 o metro)¹⁶³. Os Ferrez diziam que no caso de Hervet querer alugar os filmes, ao invés de comprar, eles poderiam fazer “olho fino” sobre o tempo de duração desses por lá, assim como sobre os preços cobrados. Contudo, os Ferrez já se mostravam um tanto incrédulos quanto à concretização desses negócios, suspeitando que teriam que entrar em competição com Hervet.

E, de fato, tais suspeitas se concretizaram. Pois, em carta de 2 de junho de 1909 (endereçada a Tous Rocca) já fica claro que as tentativas de acordo não haviam dado

¹⁶⁰ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 15.

¹⁶¹ Édouard Hervet teve uma fortíssima atuação como exibidor itinerante nos primórdios do cinema brasileiro. Existem registros de sua passagem por diversas cidades, do norte ao sul do Brasil. Em 1904, por exemplo, ele estava exibindo seu cinematógrafo falante no Teatro Lírico do Rio de Janeiro, obtendo grande sucesso de público. Hervet viajou com esse cinematógrafo por varias outras cidades e regiões do país. Alguns dos lugares onde se conhece registro de sua passagem são: Belém, PA (1904); São Luis, MA (1904, 1907); Manaus, AM (1904); São Paulo, SP (1904, 1905); Rio de Janeiro, RJ (1904, 1905, 1907); Curitiba, PR (1905); Bahia (1906, 1909). Suas apresentações normalmente eram feitas em teatros alugados, onde eram exibidos diversos filmes de curta metragem. Sendo que, em geral, um pequeno filme sonorizado através de processo mecânico (película sincronizada a um gramofone) era apresentado como atração principal.

¹⁶² Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 13. Carta enviada por Julio Ferrez a José Tous Rocca em 30/04/1909.

¹⁶³ Mas, segundo os Ferrez, a produção desse último tipo de filme ainda era bastante pequena. Diziam eles que, até aquele momento, só tinham saído os filmes *Duque de Guise*; *A Empreite*; *O Beijo de Judas*, e que em breve sairia *O Filho Prodigio*. Diziam também que ainda não estavam alugando nenhum “Film Artístico” (Filmes da *Société Cinématographique des Auteurs et Gens de Lettres.*), nem “Filmes de Arte” (Filmes da *Société du Film d’Art*).

certo e que agora a MF&F já havia entrado em franca concorrência com Hervet. Contudo, os Ferrez se diziam confiantes de que Tous Rocca saberia como o “afastar e afugentar de uma só vez”¹⁶⁴, assim como aos demais concorrentes, ficando sozinho com a praça do Norte. Nessa mesma ocasião, os Ferrez ainda davam outras instruções a Tous Rocca, tanto em relação a Hervet, quanto ao aluguel de filmes em geral. Eles diziam que se Tous Rocca montasse uma sucursal, não deveria dar preferência a um cliente em detrimento de outro, mas que se Hervet insistisse em não fazer negócios com eles, que então que estaria declarada “guerra”:

[...] caso Elle [Hervet] não queira entrar em relações e nos comprar, toda guerra será pouco. Procure collocar collecções principalmente ao preço novo de 1\$000 o metro ou pelo menos os Films Artisticos e de Arte como escrevemos em nossas cartas anteriores. Vendo-se o estado da Praça e com a concurrencia elles querendo ter novidades comprarão.

Vamos ver si d’aqui 15 dias poderemos começar as remessas semanaes de novidades a \$500 réis, preço este excepcional e fixo para o Amigo. Para o freguez, contar sempre mais caro. Si alugar a dous então fazer preços elevados afim de obter os maiores resultados. Responda-nos detalhadamente sobre este assumpto. Há vantagens em vender a um só afim de forçar o concorrente a também comprar. Mas note que se podemos arranjar uma collecção n’este sentido, não se poderá obter tres e quatro nas mesmas condições. Alem disto para evitar concurrencia da Europa ou especulação de qualquer exhibidor do Rio vamos remetter as ultimas novidades talvez com um atrazo do Rio de uma Semana.¹⁶⁵

E, a julgar por outra carta de 23 de junho de 1909, não demorou muito para que a MF&F conseguisse tirar Hervet do mercado. Pois, nessa carta os Ferrez comentam que o representante deles em Paris (A. Nevière) havia lhes avisado que tinha sido visitado por Hervet. E que este estava disposto a vender todo o seu material e se retirar da área cinematográfica. O que, segundo os Ferrez, demonstrava que ele estava enfraquecido e não tinha conseguido resistir à “guerra” que ambas as partes haviam travado entre si.

Mas, além de Hervet, os Ferrez tratavam nessa carta de maio, de negócios com outros clientes da região, respondendo ponto a ponto perguntas feitas por Tous Rocca em cartas recebidas anteriormente. Assim, eles começam respondendo sobre a praça do Ceará, dizendo que responderam ao Sr. Julio Pinto sobre a montagem de uma sala, mandando orçamento completo de tudo o que se referia a cinema. Mas que preferiam

¹⁶⁴ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 16.

¹⁶⁵ Ibid.

deixar a parte das instalações elétricas a cargo de Borlindo Maia¹⁶⁶, a quem inclusive já tinham repassado as plantas do projeto do cinema. Eles alegavam deixar essa parte a cargo de Borlindo por dois motivos: primeiro porque, como Borlindo já era o responsável pelas transações com o Sr. Julio Pinto, não seria conveniente entrar em disputa com ele. E, segundo, porque a casa de Borlindo era muito forte. Além do que, as condições pediriam muitas exigências e responsabilidades. Assim, os Ferrez preferiam deixar Borlindo encarregado das instalações elétricas e ficar com o fornecimento dos aparelhos cinematográficos (assim como, posteriormente, dos filmes). Eles diziam também que Victor di Maio e seu sócio já reclamavam do futuro concorrente¹⁶⁷, mas que não podiam se prender a apenas uma casa exibidora:

O que pode acontecer é que tenham as mesmas [fitas] e o Sr. Pinto com a metragem que requere há de levar fitas que já forão passadas lá porque não se pode inventar fitas novas para dous e alem disso a metragem pedida é grande e Pathé não faz mais novidades por semana do que 1.500 metros [...]. Aguardamos resposta d'elle para iniciarmos relações.¹⁶⁸

Sobre o Maranhão, dizem que haviam recebido uma carta do Sr. Joaquim Moreira dos Santos, que pedia informações sobre o aluguel de filmes. A quem responderam o mesmo que Tous Rocca já havia respondido. Ou seja, que os preços eram \$300 (trezentos réis) por metro de filme. E pediam a Tous Rocca para falar com o potencial cliente: “Falle ainda com este camarada afim de decidir o negocio certo que todas as semanas poderemos remetter 1500 metros novidades ou mais caso precise. O cinema tende cada vez mais a se estender mas para as casas fixas”¹⁶⁹. Apesar da expressão “novidades” usada pelos Ferrez, tratavam-se, provavelmente de filmes usados, haja vista o preço cobrado pela metragem dos mesmos¹⁷⁰. Os Ferrez avisavam ainda que o

¹⁶⁶ Borlindo era sócio da *Borlindo Maia & Cia.*, empresa com sede no Rio de Janeiro que fornecia em larga escala diversos tipos de materiais para as principais companhias de trem e de navegação do Brasil. Eles forneciam desde equipamentos mais leves, até maquinárias pesadas, como trilhos, caldeiras, vagões e máquinas para a agricultura. E, dentre esse amplo rol de produtos oferecidos, estavam também os equipamentos para instalações elétricas.

¹⁶⁷ Victor di Maio, que já havia atuado como exibidor ambulante (inclusive com apresentações no Rio de Janeiro), parecia estar naquele momento estabelecido como exibidor fixo no Ceará e como mais um dos clientes da Marc Ferrez & Filhos no fornecimento de filmes.

¹⁶⁸ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 15.

¹⁶⁹ Ibid.

¹⁷⁰ Contudo, temos novamente que relativizar essa questão dos filmes se tratarem de “novidades”. Pois, apesar de provavelmente já terem sido exibidos em outras praças que costumavam receber os filmes primeiro, como o Rio de Janeiro, era bastante possível que esses filmes propostos pela MF&F ainda fossem inéditos no Maranhão.

sócio de uma pessoa de Natal com quem Tous Rocca havia tratado de negócios os havia visitado no sábado e que eles estavam cuidando do assunto.

Mais ou menos nesse mesmo período, evidenciava-se que Tous Rocca estava reorientando a sua base comercial para o Pará, através da montagem de uma agência nesse estado¹⁷¹. Para os Ferrez a montagem da nova agência parece ter soado positiva. Pois eles propuseram que se mantivesse lá uma certa quantidade de material, assim como era feito na agência de São Paulo (gerenciada por Serrador). Assim, os Ferrez propunham enviar a princípio duas instalações completas de todo o material de maior venda e três exemplares dos pequenos acessórios. Depois que recebesse esse material inicial, Tous Rocca deveria começar a fazer propaganda e, conforme os resultados, deveria ir dando ordens telegráficas para que novas remessas de material fossem sendo feitas. Os Ferrez comentavam que operando dessa forma estavam vendendo pelo menos 6 instalações por mês em São Paulo. Comentavam ainda que fariam os seguintes preços para Tous Rocca: a princípio fariam um desconto de 10% sobre os preços do catálogo sobre a venda dos materiais (com exceção dos filmes), e que se no prazo de três meses Tous Rocca conseguisse vender 10 instalações, sua comissão aumentaria mais 10%. Ou seja, iria para 20% sobre os preços dos catálogos. Os Ferrez diziam ainda que depois da agência estar melhor estabelecida passariam a enviar os “conjunctos electrogenicos” Aster (ou seja, os geradores de energia elétrica da firma Aster). Segundo os Ferrez, no Rio de Janeiro o número de aparelhos vendidos vinha aumentando e esses aparelhos deveriam ser vendidos barato, pra que se vendesse bastante. Além do que, a própria fábrica da Pathé não queria que se elevasse muito os preços:

Pathé não quer que se venda mais caro do que os preços indicados na lista que mandamos. Inutil dizer que são abaixo do do nosso catalogo, logo será mais fácil convencer das vantagens que o Amigo fizer. Mandando vir, elles [os próprios exibidores e outros concorrentes] não poderão obter esses preços pagando direitos de alfândega.¹⁷²

A partir de então, a maior parte da correspondência dirigida a Tous Rocca passa a ser endereçada ao Pará, e não mais à Bahia. E, de fato, em 09 de junho de 1909, os Ferrez escrevem novamente para Tous Rocca, já no Pará¹⁷³. Nessa nova carta eles avisam que haviam enviado 70 kilos de filmes, junto com a sua respectiva listagem,

¹⁷¹ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 16.

¹⁷² Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 16.

¹⁷³ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 18.

mais o programa do Cinema Pathé (do Rio de Janeiro). Mas informavam também que o que eles tinham proposto antes, de ceder filmes usados a \$500 (quinhentos réis) o metro, não seria mais possível. Pois haviam surgido novos contratos no Sul. Eles propunham então que Tous Rocca comprasse coleções novas, com os seguintes preços:

- Produção habitual da Pathé: 1\$000 o metro, sendo que os coloridos saíam por mais 400 réis o metro, fora as viragens que eram cobradas a mais.
- Filmes da Société Générale des Auteurs et Gens de Lettres (os quais eram chamadas de Films Artísticos): 1\$000 o metro.
- Filmes da Société du Film d'art (ou Filmes de Arte): 1\$800 o metro¹⁷⁴.

E argumentavam que na verdade, apesar dos preços mais elevados, essa nova proposta poderia ser mais vantajosa do que a anterior, pelos motivos que passavam a expor:

[...] a Fabrica Pathé só pode vender para o Brasil passando 30 dias da entrega feita á nossa casa. Ora as fitas que veem ao Rio, ficam sempre em nossa cerca de oito dias antes de nós as entregarmos ás diferentes Emprezas que as apresentam como novidades. Seram estas fitas conservadas por essas Emprezas durante oito dias, portanto há já 15 dias de atrazo antes de as podermos embarcar para o Amigo: junte-se agora 12 dias de viagens e as percas de dias porque os vapores não estão á espera de nossas colleções para se porem a caminho e CHEGAREMOS Á CONCLUSÃO de que as fitas por este systema seram apresentadas com bastante atrazo nas praças de Pará e Manaos que são PONTOS DE PRIMEIRA ORDEM.

Ora, o Amigo agora é senhor das praças de Pará, Manáos, Maranhão e todas as demais pequenas cidades do Norte e não vemos que dificuldades haveria em o Amigo absorver uma colleção COMPLETA NOVA, cujo preço seria de 1\$000 o metro.

O Amigo faria como um agente nosso de Santos a quem mandamos uma colleção nova: elle aluga a um exhibidor de Santos por 400 reis por metro, a um em S. Vicente a 400 reis (cada qual trabalha com as fitas uma semana) e depois as vende a 400 reis a outro. Assim, sem quase fazer nada (sinão um pouco de correspondência, recibos e muita amabilidade) ganha ainda 200 reis na transação.

O mesmo poderia ahi practicar com dois exhibidores, estando um no Pará que mediante 500 reis poderia apresentar as novidades durante uma semana e depois o Amigo as mandaria a Manaos a um exhibidor que as compraria a 600 reis, a menos que em Manaos também paguem 400 reis o

¹⁷⁴ Segundo os Ferrez, o primeiro tipo de filme tinha uma produção que variava entre 1.200 a 1.500 metros por semana. Do segundo tipo eram produzidos entre 200 e 500 metros semanais. Já os do terceiro tipo eram produzidos apenas um ou dois filmes por mês, com cerca de 250 metros cada. Os Ferrez afirmavam ainda que o total das produções estava arranjado de tal forma que nunca seria superior a 1.800 metros por semana.

aluguel de uma semana e ao devolver podereis começar um aluguel aos pequenos exibidores do Maranhão ou vender a 300 reis o metro.¹⁷⁵

Dessa forma, argumentavam os Ferrez, Tous Rocca poderia apresentar as novidades da Pathé ao mesmo tempo que no Rio de Janeiro, garantindo para si o ineditismo dos filmes a serem exibidos e/ou distribuídos. Pois, com todo o atraso que os filmes chegavam com a combinação anterior era bastante possível que algum exibidor, importando os filmes diretamente da Europa, pudesse passar as fitas por lá ao mesmo tempo ou talvez até antes que Tous Rocca, que era e se anunciava como representante oficial da Pathé Frères (através da MF&F) para aquela região:

[...] pela antiga combinação estáveis arriscado a passar por um ‘intrujão’ e fazer fiasco. 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. Portanto era um fiasco para o Snr. Tous, para Marc Ferrez & Filhos e o Público pensaria também que a casa Pathé brinca e engana os seus representantes.¹⁷⁶

De qualquer forma, mesmo com toda a argumentação dos Ferrez, em uma carta de 13 de junho, Tous Rocca se dizia bastante preocupado com a mudança do que havia sido combinado antes¹⁷⁷. Ou seja, com a mudança do aluguel de filmes usados a \$500 o metro, para o aluguel de filmes novos a 1\$000 o metro. Os Ferrez tentaram acalmá-lo dizendo que ele não teria com o que se preocupar. Pois, como estavam muito satisfeitos com o seu trabalho como agente, lhe dariam um prazo amplo para a quitação das faturas. Ou seja, esses filmes novos não teriam que ser pagos à vista, como de costume. Também argumentavam que o Film de Arte tinha tido seu preço rebaixado de 1\$800 para 1\$200 por metro. E que a Pathé estava fazendo um “colorido especial para dar mais realce a todas as cenas ao ar livre pelo mesmo preço dos outros artigos antigos”¹⁷⁸, mas que essa nova série passava a ser mais interessante e atrativa por conta do seu novo colorido.

¹⁷⁵ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 18.

¹⁷⁶ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 18.

¹⁷⁷ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 21.

¹⁷⁸ Ibid. Esse novo colorido da Pathé tratava-se provavelmente do processo de *Stencil-Tinting* (ou tingimento por estêncil). Um processo no qual cada área, de cada fotograma dos filmes, era recortada para receber uma determinada cor, ficando o restante do fotograma mascarado. O mesmo processo se repetia para cada cor que fosse ser usada no filme. Em geral eram utilizadas 3 cores, mas alguns filmes chegavam a receber até 7 cores diferentes. Segundo Barry Salt (1992, p.78-79), esse processo começou a ser usado ainda de forma manual em 1905. Mas, segundo Barbosa (2007, p.41-42), entre 1907 e 1910, a Pathé desenvolveu um processo mecânico de estêncil, agilizando e tornando mais econômica a colorização dos filmes.

Ao longo do resto de 1909 a MF&F e seu agente para o Norte e Nordeste continuaram a trocar cartas, tratando sobre os negócios que iam aparecendo, os desenvolvimentos dos que já existiam e sobre as condições dos mercados, tanto nessas regiões, quanto no Rio de Janeiro e no resto do Sudeste. No final do ano, os Ferrez escrevem a Tous Rocca dizendo que tinham lido as notícias enviadas por ele e que relatavam as séries de infortúnios que atingiam os seus negócios por todos os lados¹⁷⁹. Os Ferrez se diziam confiantes de que seu agente saberia como reagir e sobrepujar tais infortúnios. Mas a partir de março de 1910, os Ferrez começam a relatar uma crescente dívida que Tous Rocca estaria acumulando com eles¹⁸⁰. É bem possível que essa dívida tenha se criado em parte por conta daquelas novas condições impostas a Tous Rocca (ou seja, a compra de filmes novos a um preço bem mais elevado do que o preço pago anteriormente pelos filmes usados). Provavelmente por conta disso, os Ferrez mudam novamente as condições de fornecimento dos filmes a partir desse momento. Nessa mesma carta de março, assim é descrito o novo arranjo dos negócios na região:

Os dous últimos envios de fitas foram feitos nas seguintes condições: primeiro a Ramos que depois de correl-as no Recife as mandará a Ceará que as então fará seguir ao Pará. Recife dá as fitas ao mesmo tempo do que Rio. Assim as fitas são pagas a 500 reis no Recife¹⁸¹, passando no Ceará se desvalorizam ainda (preço a estabelecer quando Mesiano aqui estiver)¹⁸² e chegam ao Pará para ser pagas por V. por preço muito barato pois regulará ser cerca de 200 reis metro e o colorido em mais.¹⁸³

Dessa forma, os Ferrez esperavam que Tous Rocca pudesse reequilibrar suas contas. Eles chegaram mesmo a pedir que ele começasse a amortizar a dívida à medida de suas possibilidades, dizendo ainda que o valor dessa dívida não deveria aumentar, já que daquele momento em diante os filmes que lhe seriam remetidos (e os filmes eram o

¹⁷⁹ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 26.

¹⁸⁰ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 33.

¹⁸¹ Esse preço era referente a produção habitual da Pathé. Já os filmes da produção de arte eram cobrados a \$600 o metro, conforme pode ser visto em outra correspondência de 1º de abril de 1910 (Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 34).

¹⁸² Mesiano era um exibidor do Ceará, que havia escrito para os Ferrez várias vezes pedindo redução dos preços de aluguel, alegando que a concorrência tinha filmes mais baratos, que as entradas estavam com preços reduzidos e estava havendo pouca frequência nos cinemas. Os Ferrez diziam a Tous Rocca que consideravam todas essas alegações uma “choradeira habitual”, no intuito dos exibidores tentarem conseguir redução nos preços do aluguel/venda dos filmes, mas que haviam escrito a Mesiano dizendo que fariam o que fosse possível. Este, por sua vez, teria respondido dizendo que não poderia pagar mais do que 2 contos de réis por mês e que iria ao Rio de Janeiro para tratar pessoalmente do assunto (uma vez que havia escrito para Tous Rocca e este havia dito que deixava tal decisão nas mãos da MF&F), chegando provavelmente no início de abril daquele ano de 1910.

¹⁸³ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 33.

principal motivo da dívida) seriam bastante baratos (\$200 por metro), conforme exposto. Contudo, apesar dos eventuais pagamentos realizados, a dívida só parecia crescer. Conforme as correspondências da MF&F, em abril ela estaria em 1:493\$050; em maio 19.559\$500; em junho 30:194\$650 e em julho Tous Rocca parece ter parado de se comunicar com os Ferrez. A correspondência seguinte que consta no arquivo da família é datada do ano seguinte, mais precisamente de 25 de fevereiro de 1911¹⁸⁴. E nessa carta os Ferrez reclamavam que Tous Rocca teria ido embora do Pará bruscamente (ele estava naquele momento em Barcelona. Ao menos foi pra lá que essa última carta dirigida a ele foi endereçada), sem dar notícias por longo tempo. Não lhes informando como haviam ficado os negócios que estavam a seu cargo, ou mesmo os materiais cinematográficos que lhe haviam sido confiados.

Os Ferrez se mostravam surpresos ainda com a declaração de Tous Rocca de que eles (os Ferrez) é quem lhes deviam a quantia de 97:719\$000 (valor bastante elevado). Em vez disso, os Ferrez consideravam que na verdade quem lhes devia dinheiro era Tous Rocca, num total de 22:661\$000. Os Ferrez apontavam diversos erros no balancete apresentado por Tous Rocca que teriam levado a tal diferença de valores e ainda comentavam:

De vosso balancete, o principal erro provem de que ESQUECESTES a importancia ou o valor que as fitas teem e com certeza está vosso pensamento que nós as dávamos de presente a titulo de propaganda de nosso nome ou do de Pathé.¹⁸⁵

Continuando com o apontamento dos erros, os Ferrez afirmam que R. Stiebler¹⁸⁶, de Juiz de Fora (com quem Tous Rocca havia fechado contrato, apesar de ser firma do sudeste do país), havia fechado as portas depois de apenas duas remessas de filmes. Assim, ele só teria pago 1:390\$000, em vez dos 23:139\$000 que Tous Rocca estava contabilizando. Pelo teor dessa carta, parece mesmo que a sociedade entre ambas as partes estava se desfazendo. Mas o “contrato” (ou acordo) de término da representação só se daria mesmo quase 1 ano depois, em 22 de fevereiro de 1912¹⁸⁷.

Por esse acordo, curiosamente, são os Ferrez quem pagam a quantia de 6 contos de réis em comissões a Tous Rocca, e assim ambas as partes davam por encerradas

¹⁸⁴ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 42.

¹⁸⁵ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 42.

¹⁸⁶ Exibidor sobre o qual já falamos no terceiro capítulo.

¹⁸⁷ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 48.

amigavelmente todas as transações comerciais e relações de negócios iniciadas através do contrato firmado em 18 de novembro de 1908. A partir daquele momento nenhuma das partes poderia reclamar indenizações, comissões ou qualquer outro tipo de ressarcimento. Além disso, José Tous Roucca também se comprometia a entregar naquele mesmo ato os contratos originais e as cartas recebidas dos Ferrez, assim como os contratos firmados por ele mesmo como representante da MF&F com outros clientes, não podendo reclamar posteriormente qualquer indenização por lucros provenientes desses contratos daquele momento em diante.

Assim, encerrado o contrato com Tous Rocca, (e às vésperas de sua incorporação pela CCB), a Marc Ferrez & Filhos ainda estabelece um outro contrato com a empresa. Teixeira, Martins & Cia. para a sublocação dos filmes da Pathé nos estados do Pará e do Amazonas¹⁸⁸.

4.4 Teixeira, Martins & Cia.

Em 1912 foi inaugurado em Belém o cinema Olympia. De acordo com Pedro Veriano (1983, p.18), nesse momento a cidade já possuía 12 cinemas, mas o Olympia foi tido como o seu primeiro “cinema de luxo”. Esse cinema pertencia aos senhores Antônio Martins e Carlos Teixeira, donos de dois pontos culturais (o Grande Hotel, construído no auge do ciclo da borracha, “e o Palace Theatre, lugar de artes cênicas com brecha para o futuro, ou seja, o aparelho de fotografias animadas.”¹⁸⁹) e ficava localizado em um dos pontos mais valorizados da cidade, o Largo da Pólvora. Local freqüentado pela elite de Belém. Tanto que, segundo Veriano, para ir ao Olympia era preciso usar “boa roupa”. Ou seja, os homens precisavam usar paletó e gravata e as mulheres vestido longo e chapéu¹⁹⁰.

Em 18 de maio de 1912, a Marc Ferrez & Filhos fechou com a Teixeira, Martins & Cia. um contrato de representação para a exploração dos filmes da Pathé nos estados do Pará e Amazonas. A princípio, o novo contrato, de duração de seis meses, dá a impressão de ser apenas mais um contrato para o aluguel de filmes para a sua sala. Pois em sua primeira cláusula ficava estipulado que a MF&F iria organizar semanalmente

¹⁸⁸ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.5.2 / 21.

¹⁸⁹ VERIANO, 1999, p. 17

¹⁹⁰ Ibid., p.18

programas de “cerca de dois mil e quinhentos metros de films entregando-os em aluguel ao Sr. Teixeira, Martins & Cia. para exhibiões para o prazo de setenta dias, afim de serem exclusivos exibidores de films Pathé (novidades) nos Estados do Pará e Amazonas”¹⁹¹. Esse aluguel seria pago pela quantia de \$500 (quinhentos réis) por metro, independente do tipo de filme. Ou seja, seria cobrado o mesmo valor, fosse para filmes regulares da Pathé, coloridos, da SCAGL, de longa-metragens ou de curtas. Já o resto do contrato era basicamente igual àqueles feitos com Rutowich, Ribeiro & Cia. e Arnaldo Gomes de Souza.

Contudo, na 3ª cláusula do contrato, os Srs. Teixeira, Martins & Cia. ficavam autorizados a sublocar os filmes nesses dois estados para os quais os filmes eram contratados:

Os Srs. Marc Ferrez & Filhos se [ilegível] a embarcar os films semanalmente para que lhes sejam devolvidos no prazo de setenta dias, ficando bem entendido que o Srs. Teixeira, Martins & Cia. só poderão fazer uso das referidas fitas para os Estados para os quaes é feito o presente contrato, e **podendo subloca-los**, porém não podendo fazer qualquer outra espécie de negócios que não seja a exhibiõ ao público. Qualquer atrazo na entrega das fitas será submissa a pagamento de um premio suplementar de aluguel [...].¹⁹²

Ao menos até 1934 o cinema Olympia ainda pertencia à empresa Texeira, Martins, & Cia. E essa se tornou uma das maiores empresas do ramo cinematográfico em Belém. Posição que manteve até os anos 1940:

No fim dos anos 30 e início dos 40, cinema em Belém era explorado, principalmente, por duas empresas: Teixeira & Martins, depois Cinematographica Paraense Ltda e Cardoso & Lopes. A primeira era dona do Olímpia, e abraçava casas de bairro como o Guarani, na Cidade Velha, o Íris, no Reduto, o S. João, na Praça Brasil, o Popular e o Poeira, ambos em Nazaré. A este grupo juntava-se o Iracema, fundado em 1920 por um seringalista conhecido como Raimundo Sargento, um militar que havia dado baixa com a patente. (VERIANO, 1999, p.32)

4.5 outros representantes

Para além dos representantes apontados acima, uma das primeiras cartas envias a José Tous Rocca (ainda na Bahia) aponta para uma situação mais complexa nas

¹⁹¹ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.5.2 / 21.

¹⁹² Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.5.2 / 21. [Grifo nosso].

operações realizadas pela Marc Ferrez & Filhos. Pois dá a entender que era uma prática da empresa, ao menos ocasional ou restrita a um determinado período, conceder a indivíduos ou empresas o direito de explorarem em nome da MF&F (e da Pathé) locais mais indefinidos. Locais onde simplesmente não houvesse ainda um representante fixo. Nessa carta, de 19 de novembro de 1908¹⁹³, os Ferrez diziam ter acabado de ver programas da empresa De Wekt-Geskaft, na qual esta se anunciava como gerente da casa Marc Ferrez e representante da Pathé Frères. E, de fato, os Ferrez haviam concedido a essa empresa uma concessão para exploração dos seus aparelhos em lugares onde eles não tivessem representação. O problema nesse caso era só que os Ferrez achavam que o anúncio passava a impressão errônea de que a De Wekt-Geskaft era quem controlava a Marc Ferrez & Filhos e era a detentora original dos direitos de exploração dos artigos da Pathé no Brasil:

Seria necessario quanto antes fazer cessar este abuso ou engano maligno (como o queiram chamar) porquanto bem sabeis que não temos nenhum gerente em viagens e todo o nosso pessoal nos accompanha desde annos em nossa casa no Rio. Alem do que, muito pouco conhecemos o proprietario d'essa empreza, que nos pediu si podia agenciar venda de aparelhos por nossa conta em logares onde não tivessemos representantes effectivos.¹⁹⁴

Por isso eles pediam que Tous Rocca interviesse, solicitando aos donos da empresa que trocassem a palavra “gerente” por “agente”. E, pediam ainda que, caso essa solicitação não fosse atendida, que Tous Rocca publicasse nos jornais locais o abuso cometido pela tal empresa, retificação as informações. Nenhum contrato entre a De Wekt-Geskaft e a MF&F foi encontrado no arquivo da família. Assim, é bastante possível que acordos similares tenham sido feitos com outros agentes, sem que, no entanto, tenhamos algum registro ou conhecimento dos mesmos até o momento.

Através dessas representações a MF&F parece ter conseguido estender suas atividades para locais bem além da Capital Federal. Contudo, tal expansão foi incapaz de lhe garantir a manutenção de um papel preponderante na distribuição cinematográfica após 1912. A absorção da empresa pela CCB deixa clara que a estratégia adotada pelos Ferrez não foi capaz de lhes reservar os maiores frutos da exploração desse mercado. Talvez a origem da grande força e influência exercidas pela MF&F na área cinematográfica, tenha sido ao mesmo tempo seu calcanhar de Aquiles.

¹⁹³ Arquivo Família Ferrez: FF-FMF 2.0.1.14/ 2.

¹⁹⁴ Ibid.

Pois, se foi a partir do contrato de representação da Pathé que a empresa brasileira se expandiu enormemente no ramo cinematográfico, pode ter sido ele também uma das principais causas da MF&F ter ficado para trás em relação aos seus concorrentes. Haja vista que o mercado cinematográfico estava em constante e rápida alteração e já no começo dos anos 1910 outras firmas estrangeiras¹⁹⁵ vinham se afirmando com bastante êxito em âmbito internacional, inclusive no Brasil. Contudo, por força de sua relação contratual com a Pathé, a MF&F se viu impedida obter a representação dessas outras empresas ou estabelecer com elas maiores relações comerciais. Enquanto isso, outros empresários ficaram livres para tal. Provavelmente esse fator influenciou fortemente para que nos anos seguintes surgissem outras firmas com grande influência local (como é o caso da empresa do coronel Rubens Pinheiro Guimarães, na Bahia) ou nacional (como é o caso da Companhia Cinematográfica Brasileira). O caso de Serrador e sua firma é exemplar nesse sentido. Pois, além de obter a exclusividade de representação da Pathé para São Paulo e Paraná (duas rendosas praças), aparentemente ainda ficou livre para obter a representação de diversas outras fábricas e para montar salas de cinema sem qualquer tipo de restrição e sem ter que dividir a renda advinda da bilheteria. Assim, ainda em 1911, a CCB estampava o seguinte anúncio no jornal *O Estado de São Paulo*:

A distribuidora Companhia Cinematográfica Brasileira S.A. informa ter o maior estoque de filmes da América do Sul; ela recebe 300 novidades por mês e tem exclusividade para todo o Estado de São Paulo das seguintes fábricas: da França: Pathé, Gaumont, Lux, Ralheigh Roberto, Eclipse, Radios, Urban, Le Lion; da Alemanha: Mester, Bioscop, Fotorama; da Inglaterra: Warwich; da Itália: Ambrósio, Cines, Itala, Pasquali, Aquila, Milano; da Dinamarca: Nordisk; dos Estados Unidos: Biograp, Vitagraph, Edison, Lubin, Reliance, Tanhouser, I.M.P., Wild West American Cinema; da Espanha: Hispano Film, Iris Film; de Portugal: Ideal. (O ESTADO DE SÃO PAULO apud BERNARDET, 1979, p.9)

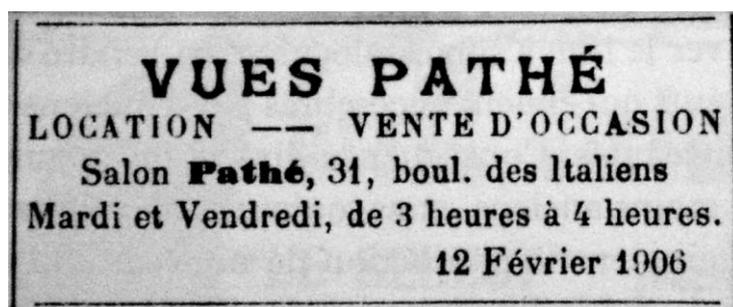
4.6 Considerações sobre a transição do sistema de venda para o sistema de aluguel de filmes

As colocações feitas pelos Ferrez sobre a possibilidade de outros empresários conseguirem trazer para o Brasil filmes da Pathé e exibi-los antes mesmo do que eles, traz à baila a questão sobre a importação para o país de filmes à revelia daqueles que detinham contratos de exclusividade de representação junto às empresas produtoras,

¹⁹⁵ Firmas como as italianas *Itala*, *Ambósio*, *Cines*; a dinamarquesa *Nordisk*; ou mesmo a americana *Vitagraph*; para citar apenas algumas.

como era o caso da MF&F. Para entender melhor como isso poderia ser possível, é necessário nos determos sobre o funcionamento do mercado internacional de distribuição cinematográfica:

Em 1907, quando a Pathé começa a colocar em prática a sua política de aluguel das cópias dos filmes, essa já não era mais uma ideia nova ou inédita. Na verdade, o aluguel já era praticado por algumas outras empresas, como a American Vitograph, de Georges Froissart; a Booston-Vio, de Georges Petit e a American Kinetograph, de Michault, Astaix e Lallement. Georges Petit, por exemplo, já havia começado a praticar o aluguel de cópias de filmes desde 1904. Meusy afirma que Petit não estava sozinho nessa prática. Mas que outros empresários, tanto em Paris, quanto nas províncias também já vinham exercendo o aluguel (MEUSY, 2004, p.25). A própria Pathé, aparentemente, já tinha feito um ensaio em relação à nova prática ainda em 1905. Ao menos é o que sugere um anúncio publicado regularmente durante seis meses em *L'Indutrial forain*¹⁹⁶:



Fonte: MEUSY, 2004, p.26.

E, não só na França o aluguel de filmes já vinha sendo praticado. Em agosto de 1906, o diretor da sucursal da Pathé em Berlim informava que um concorrente, Dusket, já vinha praticando a locação de filmes na Alemanha, inclusive de filmes comprados da própria Pathé. Segundo esse informe, tal era o impacto da nova prática que, se ela fosse interrompida (ou seja, se o aluguel de filmes fosse suspenso), algo entre quinze e vinte salas de cinema daquela praça teriam que fechar suas portas. Cabe recordar que o aluguel de filmes representava uma vantagem para muitos exibidores fixos, que tinham que renovar seus filmes constantemente, sendo a locação uma opção mais econômica. Assim, o diretor da sucursal de Berlim sugeria que se a Pathé quisesse passar a praticar

¹⁹⁶ Anúncio publicado em *L'Indutrial forain* durante seis meses, a partir de 11-18/02/1905. Segundo Meusy (2004, p.26), a data mencionada no anúncio (12/02/1906) indica que a sua publicação havia sido prevista inicialmente para acontecer durante um ano.

a locação, algo com o que ele se dizia inteiramente a favor, que isso deveria ser feito imediatamente.

Logo depois desse informe, em 12/09/1906, Charles Pahté invoca pela primeira vez a questão da locação perante o conselho administrativo da Compagnie Générale. A princípio se cogita fazer um ensaio nesse sentido através da sucursal da empresa em Londres. Mas essa se mostra contrária à medida. Então, acaba-se decidindo por efetuar tal ensaio na sucursal de Berlim, que se oferecia como voluntária.

A Alemanha era, nesse momento, um dos maiores mercados externos da Pathé. Thomas Elsaesser (2004, p.395) afirma que por conta da importação da enorme produção da Pathé (assim como de outras companhias), a produção de filmes interna pouco se desenvolveu nesses primeiros anos¹⁹⁷, apesar do extenso parque exibidor que a Alemanha começava a desenvolver¹⁹⁸. Com isso, quem se beneficiou foram os importadores e donos de cadeias de salas alemães, como Gottschalk, Dentler e Davidson. Estes, a partir de 1906, passaram a exercer um grande poder sobre o mercado cinematográfico alemão. Pois eram eles que compravam os filmes em grandes quantidades, os agrupavam em programas ou séries, e depois os distribuía. Dessa forma, esses empresários passaram a se opor fortemente à política de aluguel de filmes da Pathé, uma vez que isso representaria a sua exclusão desse lucrativo setor de distribuição. Esses intermediários alemães empreenderam uma feroz oposição a essa mudança, ameaçando inclusive a Pathé com boicote. Tal oposição conseguiu, em certa medida, frear as intenções da firma francesa de substituir as vendas pela locação das cópias de seus filmes. Ou seja, a Pathé se viu foi forçada a manter uma política mais flexível, combinando o aluguel com a manutenção das vendas de filmes novos. Segundo Elsaesser (2004, p.397), o escritório de Berlim ficou responsável pelas vendas e o

¹⁹⁷ Na verdade, a produção de filmes na Alemanha só se desenvolveria depois da Primeira Guerra Mundial, e mais especialmente, a partir dos anos 1920.

¹⁹⁸ Segundo Ivo Blom, as primeiras salas de cinema fixo teriam sido abertas em Berlim e em Hamburgo em 1905. E a partir de 1906-1907 a Alemanha teria sido tomada por uma febre de cinema. Ainda segundo Blom, até o final de 1905 existiam 16 salas fixas de cinema em Berlim. Mas de acordo com registros oficiais, em 1907 esse número já chegava a 139 salas. E, segundo a imprensa da época o número seria ainda maior, chegando a 260 salas. Entre 1907 e 1912, esses números teriam oscilado entre 300 e 400 salas, só em Berlim. Mas a febre do cinema teria tomado toda a Alemanha e, dessa forma, em 1910 o país como um todo teriam algo entre 1.000 e 1.500 salas de cinema. E esse número teria triplicado nos três anos seguintes (chegando a 3.000 ou 4.500 salas em 1913). Contudo, muitos desses cinemas seriam apenas simples estabelecimentos convertidos para a projeção de filmes, como lojas e pequenos espaços dentro de cafés. (BLOM, 2003, p.92-93).

escritório de Viena pelo aluguel dos filmes. Apenas em 1912 a Pathé conseguiria parar com as vendas e passar totalmente para o sistema de aluguel na Alemanha, agindo diretamente como distribuidora de seus próprios filmes (que incluíam também os filmes feitos por firmas sediadas fora da França, como a Imperium Film, Film Russe, Modern Pictures, American Kinema e Nizza: todas firmas pertencentes à Pathé).

Outro país onde a Pathé encontrou forte resistência à implantação do sistema de aluguel foi na Dinamarca. Em março de 1909, a Pathé abriu uma firma para distribuição de seus filmes em Copenhague. Sob o nome de Edouard Partsch, a nova companhia tentaria substituir a venda das cópias pelo aluguel, atuando diretamente no país. Entretanto, conforme Jeff Ulf-Møller (2004), a firma enfrentaria forte resistência dos distribuidores locais. Nesse caso, a resistência se deu através de meios diferentes daqueles apresentados na Alemanha. Pois, na Dinamarca, que tinha um parque exibidor bem menor, a força da resistência dos distribuidores locais provinha principalmente do sucesso que a produção de filmes dinamarqueses vinha obtendo. Com essa produção interna, os distribuidores e exibidores dinamarqueses não se viam tão dependentes de produções externas como as da Pathé. Os quatro maiores distribuidores dinamarqueses eram a Fotorama, a Kinografen, a Biorama e a Kosmorama. Segundo Ulf-Møller, essas quatro distribuidoras juntas detinham um monopólio quase completo sobre a distribuição de filmes na Dinamarca, além de controlarem salas de exibição no país e atuarem como distribuidores também em outros países, como na Alemanha, na Holanda e na Noruega. Quando essas distribuidoras se juntaram à *Cinema Organization* (uma associação de exibidores dinamarqueses criada em 1910 e que, a partir de 1913 passou a agregar praticamente todos os exibidores do país), elas conseguiram fazer com que a Edouard Partsch perdesse quase todos os seus clientes, forçando a Pathé a desistir do aluguel de filmes. Ao menos do aluguel direto. Quer dizer, a partir de 1914, a companhia francesa foi obrigada a voltar a vender seus filmes aos distribuidores dinamarqueses. E esses passariam a comercializar os filmes junto aos exibidores do país.

Através desses dois exemplos já fica claro que o processo de transição entre a venda e o aluguel das cópias de filmes não foi nada suave, fácil ou uniforme. Mas talvez através do excelente trabalho de Ivo Blom (2003) sobre a atuação de Jean Desmet na Holanda a situação do mercado internacional de distribuição possa ser um pouco melhor esclarecida. Atuando a princípio como exibidor itinerante, Desmet estabeleceu sua

primeira sala fixa em 1909, na cidade de Rotterdam. Mas por um breve período continuou atuando também como itinerante. Porém, a partir de 1910, Desmet teria abandonado definitivamente a itinerância para se concentrar na gestão de suas salas fixas e para começar a atuar com a importação e distribuição de filmes. Desmet estava aproveitando a oportunidade que se criara com o *boom* de salas fixas na Holanda. Salas que passaram a demandar um fornecimento regular de filmes, através de uma ou duas renovações semanais das suas programações.

De acordo com Blom, o começo das atividades de Desmet como distribuidor também estava diretamente ligado ao desenvolvimento do setor cinematográfico na Alemanha. Pois, tendo a Alemanha desde cedo um grande número de salas, era necessário comprar uma grande quantidade de filmes para alimentá-las; tendo então se desenvolvido a necessidade da atuação de intermediários para efetuar essas operações comerciais. Esses intermediários seriam as concessionárias ou revendedores de filmes. Assim, um mercado extremamente heterogêneo de filmes usados teria se desenvolvido na Alemanha, indo desde feiras para troca de filmes, até pequenos revendedores varejistas. Segundo Blom, as cópias dos filmes eram vendidas até mesmo em lojas de departamento.

Filmes de todos os países e companhias produtoras eram oferecidos para venda ou aluguel após serem exibidos pelo comprador original. Essas cópias usadas eram, obviamente, bem mais baratas do que as cópias novas adquiridas diretamente das companhias produtoras. Por isso, foi justamente na Alemanha que Desmet foi buscar as cópias para importar para a Holanda e começar sua atuação como distribuidor. Segundo Blom, entre 1910 e 1912, Desmet comprou filmes usados na Alemanha, os quais eram entregues na forma de programas “fechados” ou prontos.

A Pathé já havia aberto uma sucursal na Holanda (na cidade de Leidsestraat) desde dezembro de 1905. Através dessa sucursal, a Pathé vendia seus equipamentos e comercializava as cópias de seus filmes. Assim, quando Desmet começou a atuar como distribuidor, a Pathé já estava instalada no país, comercializando seus filmes através de sua filial. Mas isso não impediu que Desmet fizesse o mesmo. Ou seja, não impediu que Desmet comprasse cópias de filmes de várias companhias, incluindo os da Pathé, e os alugasse (ou revendesse) aos exibidores holandeses:

Durante os dois primeiros anos de sua carreira na distribuição, Desmet competiu com a sucursal holandesa da Pathé com os filmes da própria Pathé. Adquirindo seus filmes através da Westdeutsche Film Börse e da Deutsche Film Gesellschaft [duas companhias alemãs], Desmet conseguiu lançar um grande número de filmes da Pathé na Holanda entre 1910 e 1912, nenhum dos quais vindos diretamente da França. (BLOM, 2003, p.222. [Tradução nossa])

Blom sugere que a sucursal da Pathé pode ter tolerado essa competição impingida por Desmet provavelmente por conta da forte posição que ela mesma ocupava:

A suas ofertas eram não apenas frescas, mas também mais baratas. Tanto que donos de cinemas como P.H.J. Sips em Breda pediam explicitamente para Desmet não colocar filmes da Pathé em seus programas. A Pathé também podia garantir que os seus filmes chegariam no tempo certo, o que nem sempre era o caso com as entregas de Desmet. [...] O material de propaganda [fornecido pela sucursal da Pathé] era geralmente abundante e chegava em boas condições. A Pathé tinha filmes de todos os gêneros e com frequência incluía filmes coloridos nas suas entregas. (BLOM, 2003, p.223. [Tradução nossa])

Mas além de uma suposta tolerância voluntária por parte da Pathé, um outro motivo é indicado por Blom para a falta de ação da companhia francesa contra Desmet. Tratava-se da demora do governo holandês em reconhecer a *Convenção de Berne*. Essa convenção é um acordo internacional relativo a direitos autorais, que foi criado em 1886¹⁹⁹. Através dela, seus signatários concordam em sujeitar qualquer obra às mesmas leis de direitos autorais válidos para obras criadas dentro de seus próprios países. Assim, se a Holanda assinasse essa convenção, as leis sobre direito autoral holandesas teriam que se aplicar sobre qualquer obra apresentada em território holandês, independente do país de origem. Contudo, a Holanda só ratificou a *Convenção de Berne* em 1912. Portanto, antes disso, a Pathé não teria como reclamar judicialmente sobre direitos autorais concernentes aos seus filmes, já que esses eram produzidos fora da Holanda:

Até esse momento [da ratificação da *Convenção de Berne*, em 1912], o mercado tinha permanecido além do alcance da lei. Quem quer que chegasse primeiro com um filme poderia arrebatar as audiências das grandes cidades. Contudo, outros distribuidores poderiam facilmente comprar ou alugar uma segunda cópia e alugá-la a outros cinemas ou escolas e indivíduos privados. Em Amsterdam, às vezes os distribuidores chegavam com uma cópia rival apenas uma semana depois, ou mesmo simultaneamente, à primeira exibição de um filme de longa metragem. O próprio Desmet não era estranho a essa prática (BLOM, 2003, p.146. [Tradução nossa])

¹⁹⁹ Através de um decreto de setembro de 1912, as disposições da convenção foram alteradas para tornar explícita a inclusão de obras cinematográficas, e outras produzidas por processos similares, dentre o rol de obras a serem protegidas por direitos autorais.

Assim como a Holanda, o Brasil também demorou a ratificar a *Convenção de Berne*. Na verdade, isso só foi acontecer bem mais tarde, em fevereiro de 1922²⁰⁰. Portanto, da mesma forma que na Holanda, seria possível que tal demora em ratificar a convenção comprometesse qualquer tentativa mais efetiva de controle das produtoras estrangeiras sobre os direitos de exploração de suas obras no Brasil. Na verdade, seria necessário um estudo mais aprofundado sobre o funcionamento das leis concernentes a direitos autorais no país, nesses primeiros anos do século XX, para se saber até onde um contrato de concessão de representação exclusiva realizado entre uma firma estrangeira e outra brasileira, como aquele efetuado entre a Pathé Frères e a Marc Ferrez & Filhos, realmente garantiria a essa última parte os direitos de exclusividade na exploração das obras realizadas pela firma estrangeira.

Somando a essa possível incerteza jurídica o fato de existir uma abundante oferta de filmes para compra no mercado internacional (incluindo os filmes da Pathé), podemos supor que talvez não fosse realmente tão difícil um concorrente da MF&F importar para o Brasil filmes da Pathé ao mesmo tempo, ou mesmo antes, do que os representantes oficiais. Aparentemente seus concorrentes buscavam as mais diversas fontes para trazer os filmes de várias companhias para o Brasil. Ivo Blom, ao falar sobre a expansão dos negócios de Jean Desmet menciona que, por volta de 1912, ele vinha recebendo ofertas de pessoas de todas as partes do mundo querendo atuar como seus agentes. Ofertas vindas inclusive do Brasil:

Desmet já estava estendendo suas asas para além das fronteiras [holandesas]. Os anúncios que ele colocou em jornais como o *Algemeen Nederlands Exportblad*, o *Mail Editie*, o *Holland Abroad* e o *South Africa Guide* estavam trazendo ofertas do mundo inteiro (Viena, Constantinopla, Bucareste, Rio de Janeiro) de pessoas querendo atuar como seu agente. (BLOM, 2003, p.212. [Tradução nossa])

E se a concorrência de outros importadores atuando no Rio de Janeiro poderia ser realmente bastante preocupante para a MF&F, essa preocupação deveria ser ainda maior quando esses concorrentes estavam situados em regiões mais afastadas da Capital Federal. Pois, como colocavam os Ferrez em sua carta a Tous Rocca, enquanto os filmes importados pela MF&F costumavam (ao menos até determinado período) ser enviados para o Rio de Janeiro e só depois serem encaminhados para outras regiões do

²⁰⁰ Fonte: site da WIPO (World Intellectual Property Organization): http://www.wipo.int/treaties/en/ShowResults.jsp?treaty_id=15. Acessado em março de 2012.

país; seria bem possível que algum concorrente comprasse os filmes direto na Europa e de lá os encaminhasse diretamente para a sua praça (como, por exemplo, as cidades do Norte e do Nordeste). Dessa forma, os filmes da Pathé trazidos pelos concorrentes poderiam, de fato, chegar a essas praças ao mesmo tempo, ou até antes, que os filmes importados pela MF&F.

Mas não era só com a concorrência dos filmes trazidos do exterior que os Ferrez tinham que se preocupar. Eles também tinham motivos para temer a concorrência dos filmes importados por eles mesmos e vendidos a outros exibidores. Esse temor se justificava pelo fato de que uma vez tendo comprado os filmes, esses exibidores também poderiam tentar revendê-los ou alugá-los para quem bem entendessem, inclusive para os cinemas do Norte e Nordeste. Assim, se um exibidor carioca (ou de qualquer outra localidade) comprasse os filmes da própria MF&F, ao invés de alugá-los, esse exibidor poderia posteriormente alugar, sublocar ou revender esses filmes para quem bem entendesse. E, conforme as colocações de Alice Gonzaga, parece que esse estado de coisas permaneceu por longo tempo, mesmo após a constituição dos trustes e da entrada das distribuidoras norte-americanas no país:

A ação dos trustes ainda não foi devidamente estudada. Os vários autores que examinam o período geralmente associam-na a um influxo externo, de origem americana. Estaria ligada também à passagem do sistema de comercialização dos filmes da venda para o aluguel. Segundo José Inácio Melo Souza, que data a mudança em 1907, isto teria permitido, inclusive, a 'bela época' do cinema brasileiro. Embora sustentem aqui e ali algumas destas colocações, os dados disponíveis sugerem um quadro mais complexo. Por exemplo, mesmo com a presença de distribuidoras estrangeiras no país na década de 20, algumas empresas ainda compravam determinados filmes, podendo fazer deles o que quisessem. Compra e aluguel conviveram por muitos anos, não se sabendo exatamente quais os critérios para um ou para outro. (GONZAGA, 1996, p.99)

CONCLUSÃO:

Ao longo dessa dissertação procuramos analisar a atuação da firma *Marc Ferrez & Filhos* entre os anos 1905 (ano em que temos comprovação de que a empresa havia começado a trabalhar com artigos ligados ao cinema) e 1912 (ano em que a firma é incorporada à CCB). Esse período, apesar de curto, foi extremamente importante no desenvolvimento e na conformação do mercado cinematográfico brasileiro. Pois foi o período onde esse mercado saiu de um estágio de apresentações itinerantes e

esporádicas e se firmou como um autônomo e lucrativo ramo dos espetáculos de entretenimento no Brasil. Tal foi o desenvolvimento nesse período que, ao seu final, o cinema já era capaz de atrair capitais de grande vulto, como aqueles mobilizados para a constituição da *Companhia Cinematográfica Brasileira*.

A firma *Marc Ferrez & Filhos* teve um papel de destaque nas transformações ocorridas nesse período. E, através das linhas acima delineadas esperamos ter conseguido ampliar o conhecimento sobre a atuação dessa importante empresa (ainda pouco estudada), ao mesmo tempo que jogado alguma luz sobre questões relativas ao funcionamento mais geral da distribuição e da exibição cinematográficas no país. Questões como o processo de sedentarização das salas de cinema; a crise do setor cinematográfico de 1911-1912; a transição do sistema de venda para o de aluguel das cópias de filmes; assim como a maneira como os filmes eram comercializados no exterior e importados para o Brasil.

Mas, apesar do recorte temporal do trabalho se deter no ano de 1912, é preciso colocar que a atuação da *Marc Ferrez & Filhos*, dos seus integrantes e sucessores, não se ateve a tal período, tendo se estendido em realidade até o final dos anos 1990.

Em 30 de abril de 1912, a *Marc Ferrez & Filhos* vendia para a *Companhia Cinematográfica Brasileira* todos os seus ativos e os direitos de representação da *Pathé Frères* e de outras empresas que representava²⁰¹. Uma parte do pagamento foi feito em dinheiro, mas outra foi feita na forma de ações da companhia. Em uma assembléia realizada em junho de 1912, a CCB decidiu aumentar seu capital através da emissão de novas ações. Através do pagamento acima mencionado, a maior subscritora dessa nova emissão foi justamente a MF&F:

Em nova assembléia [da CCB] de 23 de junho, deliberou-se pelo aumento de capital para 4 mil contos com a emissão de 10 mil novas ações de 200 mil-réis cada uma (metade do valor unitário formado em fundo de reserva). A firma Marc Ferrez & Filhos foi a maior subscritora com 1.588 ações (um pouco mais do que o inicialmente acordado) [...]. (SOUZA, 2004, p.227)

Júlio Lucchesi Moraes (2010a) chama atenção para a importância de se analisar os termos das negociações travadas entre a MF&F e a CCB. E aponta que na Ata da

²⁰¹ Como colocado anteriormente, essas outras companhias representadas pela MF&F não eram produtoras de filmes, mas empresas ligadas ao ramo de equipamentos e acessórios, como a firma Aster (que produzia geradores de energia elétrica).

reunião da Diretoria e do Conselho Deliberativo da CCB de 05/06/1912, já ficava estabelecido que a MF&F passaria a atuar como sucursal da companhia no Rio de Janeiro. Além disso, conforme apontam outros documentos contábeis, também ficava sob a sua responsabilidade o serviço de exibição dos três cinemas pertencentes à CCB no Rio de Janeiro (o Cinema Avenida, o Odeon, e o Cinema Pathé), assim como a locação de filmes para os estados do Norte e do Sul do Brasil. Dessa forma, se por um lado a MF&F passava a ficar subordinada à CCB; por outro ela também teria se beneficiado pelo aumento substancial de importações para um único cliente:

Já por este período as atividades exibidoras da CCB espalhavam-se por diversas cidades pelo Brasil, contanto a firma com salas em São Paulo, Santos, no Rio e em Minas. Para a MF&F, uma aliança com a CCB significaria um incrível ganho de escala no fornecimento de fitas para um cliente único, haja vista a dimensão e o ritmo de expansão da companhia paulista. Por outro lado, inegável reconhecer que a MF&F, agora no papel de acionista da CCB, tornava-se dependente dos negócios da parceira.

[...]

No relatório da CCB de 1912, lemos que ‘a verba de despesa [com aluguel de fitas – JLM] é a mais importante e é bem menor do que no outro exercício, justamente porque a Companhia Cinematográfica Brasileira passou a negociar sem os agentes de fábrica’. A tese que aqui propomos é que a enorme taxa de expansão da CCB no período só pode ter sido mantida pela manutenção do enorme fluxo de fitas dos agentes da MF&F do outro lado do Atlântico. Se, por um lado, a MF&F via-se dependente da CCB, também esta passou a ser demandante de um altíssimo e constante volume de importações da Europa. (MORAES, 2010a, p.12-13)

Serrador chegou a fazer algumas incursões no ramo da produção. Mas, segundo José Inácio de Melo Souza, “o interesse do maior exibidor, Francisco Serrador, em São Paulo, voltava-se para a importação/distribuição, o coração que movimentava o mercado cinematográfico. A produção sempre foi um negócio marginal ao foco principal [...]” (SOUZA, 2004, p.180). E se de alguma forma a produção ainda fazia parte dos planos iniciais da CCB, logo em seguida esse objetivo foi abandonado, ficando a atuação da empresa focada prioritariamente na exibição e na distribuição de filmes, e ainda, de forma secundária, na comercialização de equipamentos cinematográficos (em especial àqueles voltados para a constituição de salas de exibição).

Com a eclosão da Primeira Guerra Mundial, a situação dos exibidores e distribuidores nacionais agravou-se ainda mais. Pois os produtores europeus tiveram que retrair a sua produção e passaram a enfrentar sérios problemas de transporte devido

a toda mobilização que se fazia em função da guerra e da ameaça dos submarinos alemães aos navios que se aventuravam a cruzar o Atlântico. As repetições de programas de anos anteriores se tornaram comuns nos cinemas brasileiros. Para complementar a programação, vários cinemas passaram a adotar a estratégia de palco e tela. Ou seja, passaram a intercalar a projeção dos filmes com apresentações teatrais. E mesmo os grandes trustes, como a CCB começaram a enfrentar sérios problemas.

Mas, a essa altura as primeiras agências norte-americanas começavam a se instalar no país. A primeira foi a *Universal*, em 1915. Com a entrada das companhias norte-americanas a demanda da CCB e do resto do circuito exibidor era suprida:

A chegada dos norte-americanos vinha aliviar a CCB de uma série de restrições econômicas vividas por ela e pelo país, como a baixa do câmbio, a alta do preço dos filmes nos mercados europeus, as dificuldades de importação e a dívida de 2 mil contos contraída em 1914, que estava sendo amortizada no principal e nos juros. Ou seja, a ‘invasão’ americana era bem-vinda, pois desobrigava a CCB de imobilizar capital com a aquisição de filmes, permitindo-lhe a manutenção com as obrigações de locação com a capital paulista e o interior. Com o desafogo, a CCB voltou a pagar dividendos. O último, de 15 mil-réis por ação, tinha sido pago em dezembro de 1913. Sobre o ano fiscal de 1916 foram distribuídos 8 mil-réis por ação. (SOUZA, 2004, p.334-335)

Mas nesse momento a relação entre os Ferrez e Serrador parece que já estava bastante conturbada. Gonzaga levanta a hipótese de que, à frente da CCB, Serrador não deixava muito espaço para que os demais acionistas tivessem voz para deliberar sobre os rumos da empresa. Tal situação teria criado atritos entre Serrador e os Ferrez, que acabaram se desligando da CCB em 1915 e restabelecendo a *Marc Ferrez & Filhos*. Já Moraes, sugere que, para além de desavenças pessoais, o principal motivo que teria levado os Ferrez a romperem com Serrador teria sido o fato de que este último, aproveitando-se da instabilidade do mercado cinematográfico europeu, teria tentado passar por cima dos Ferrez, iniciando movimentos de negociações diretas com os fornecedores europeus. Também teria contribuído para esse desgaste entre as duas partes a aproximação de Serrador com os fornecedores norte-americanos:

A bibliografia ligada à História do Cinema é unânime em reconhecer neste ano [de 1915] uma crise de abastecimento de películas no Velho Mundo, decorrência natural da conflagração da Grande Guerra. A troca de correspondências entre Julio e Luciano Ferrez com seus intermediários no período indica que esta queda abrupta no envio de películas para o Brasil pode ter sido um dos principais motivos do rompimento entre a MF&F e Serrador.

Para além de simples desavenças pessoais entre Serrador e os Ferrez, a hipótese mais forte para o rompimento entre as duas partes é a de que Serrador, valendo-se da instabilidade do mercado cinematográfico europeu, tentou passar por cima dos irmãos, iniciando um movimento de negociações diretas com os fornecedores europeus.

Alia-se a isto a aproximação de Serrador com fornecedores norte-americanos, notadamente com a Fox, uma das empresas que mais se beneficiou da desestruturação francesa no período (SADOUL, 1951, pp.10-14). Ora, tal opção do imigrante espanhol desagradou os Ferrez, tradicionais parceiros das companhias francesas e sobretudo da Pathé. Sobre o assunto, manifesta-se Marc em patente oposição à entrada de produtos norte-americanos. A disputa, todavia, ainda carece de melhor análise. (MORAES, 2010a, p.13)

Mas, se a princípio, a entrada das distribuidoras norte-americanas trouxe alívio para a CCB e para as salas de exibição das demais empresas, com o tempo a sua atuação iria exercer pressão sobre todos os ramos do mercado cinematográfico brasileiro. No início, o interesse das agências norte-americanas se voltou mais para a formação de “linhas” de exibição (ou seja, a formação de circuitos de salas a serem percorridos por completo pelos filmes) e para a transformação das técnicas de publicidade com o uso cada vez mais ostensivo de cartazes nas fachadas dos cinemas e a propaganda em torno das estrelas. Segundo Alice Gonzaga, com essas transformações, os americanos visavam antes de tudo o aumento do período de exibição dos filmes e o aumento dos aluguéis.

O fornecimento regular de filmes pelas empresas norte-americanas também teria como efeito a distinção ainda maior entre as empresas distribuidoras e as exibidoras. Os norte-americanos passaram a monopolizar não só a distribuição de filmes do seu país, mas também dos filmes europeus. E, dessa forma, após alguns anos, as empresas brasileiras se viram praticamente expulsas do ramo da distribuição, restando-lhes apenas a exibição (já que a produção nunca havia sido empreendida em uma proporção realmente significativa pelos empresários brasileiros e se encontrava agora em situação ainda pior). Mesmo a CCB teve que reduzir drasticamente a sua participação na distribuição, concentrando-se quase que exclusivamente na exibição. Já a MF&F se viu em dificuldades ainda maiores, uma vez que optou por se manter vinculada aos canais de distribuição europeus (e em especial à Pathé) num momento em que os filmes norte-americanos já haviam caído no gosto do público e já eram predominantes no mercado brasileiro:

[...] a MF&F optou por manter-se vinculada aos canais distributivos europeus, tentando retomar seu regime de exclusividade do pré-guerra. O assunto surge numa carta em que Luciano expõe a Julio os planos de retomar os negócios com a Pathé e com a Gaumont, sem a intermediação da CCB, isto é, uma tentativa de voltar à situação anterior ao contrato de 1912.

Parece, contudo, que já neste período [de 1916] a opção não se mostra das mais lucrativas. Isto porque já no período a concorrência dos filmes norte-americanos é bastante acentuada, diminuindo a taxa de lucros da firma. Soma-se a isto um aumento no preço de produção dos filmes franceses e os custos de transporte. Em carta de 1916, Marc Ferrez sugere aos filhos que mantenham a representação da Pathé, mas ressalta a ‘necessidade de alugar uma sala de cinema para compensar as despesas devido ao aumento de preço dos filmes’.

Os irmãos decidem acatar a sugestão do pai e voltar ao setor exibidor. Tal decisão representa um segundo momento de negócios entre os irmãos Ferrez e Serrador. Também este segundo ponto de contratos entre as firmas precisa ser melhor analisado. Sabe-se que a MF&F arrenda, em 1917, o Cine Pathé, propriedade da CCB passando, pela primeira vez, ao controle efetivo da direção de uma sala exibidora. (MORAES, 2010a, p.14)

As companhias norte-americanas empenharam-se ainda na mudança do padrão de composição das sessões, que foram deixando de lado a projeção de filmes curtos e passando a adotar o longa-metragem. Apesar dos dois padrões terem convivido por algum tempo, rapidamente o longa-metragem se tornou o padrão predominante, o que trouxe uma série de implicações tanto para o setor exibidor, quanto para os produtores nacionais.

Ivo Blom comenta que os primeiros experimentos com o aluguel de filmes individuais vieram dos “Filmes de arte”. E que esses foram sucedidos por mudanças estruturais na maneira como os filmes eram ofertados. Mudanças que estariam ligadas ao surgimento dos filmes de longa-metragem e à subsequente introdução do sistema de “exclusividade”. Sistema no qual um distribuidor ou exibidor adquiria os direitos de exploração comercial de um filme específico por um determinado tempo e para um local específico:

O aluguel via sistema de ‘exclusividade’ foi historicamente o primeiro exemplo de distribuição de filmes aplicado sistematicamente a um filme individual e, portanto, ele marcou a transição para um sistema ‘moderno’ de comercialização de filmes. Quando adquiria um ‘filme exclusivo’, um distribuidor comprava tanto a cópia do filme, quanto os direitos exclusivos de exibição, os quais eram válidos por um período acordado de tempo (alguns meses, um ou mais anos) em uma área determinada (uma cidade, uma região ou todo um país). Os distribuidores pagavam às vezes grandes somas às companhias produtoras por esses direitos. Como um sistema, ele não era inteiramente novo, pois desde muito cedo já era possível aos comerciantes cinematográficos adquirir direitos de venda e aluguel de todos os filmes de uma companhia produtora específica. Mas o aspecto

revolucionário do novo sistema era a possibilidade de obter temporariamente os direitos exclusivos de exibição em uma cidade para *um único* operador, para exibição em *um único* cinema – e, novamente, por um preço considerável. Qualquer outra pessoa exibindo o mesmo filme poderia enfrentar um processo. Além disso, o sistema focava em filmes individuais, ao invés da produção completa de uma companhia cinematográfica em particular. (BLOM, 2003, p.144-145. [Tradução nossa]).

Mesmo com esses problemas, e atuando de forma independente, os Ferrez conseguiram se manter no ramo de distribuição até 1935, quando abandonam de vez essa área para se dedicar mais intensamente ao setor exibidor. Em 1917, a MF&F já tinha conseguido retomar o controle do Cinema Pathé, que desde 1912 pertencia à CCB. Em 1928, inaugura outra sala: o *Pathé Palace*, na Cinelândia. E, após o abandono da distribuição, a empresa²⁰² ainda constrói mais duas salas: o *Para Todos*, no Méier (em 1935) e o *Mauá*, em Ramos (em 1952). Em janeiro de 1938, Júlio Ferrez havia comprado a parte de seu irmão, Luciano, na empresa e dado aos seus filhos: Gilberto, Eduardo e João Pedro Luciano. Em 1945, Eduardo Ferrez vende sua parte para os irmãos e sai da empresa. No ano seguinte Júlio Ferrez falece e logo depois a firma passa a se chamar *Casa Marc Ferrez, Cinemas, Eletricidade Ltda.* Moraes sugere que essa nova mudança nos rumos da firma se deveu ao baixo rendimento que o setor de exibição vinha dando. Isso a teria levado ao ingresso no ramo de equipamentos elétricos não relacionados ao cinema. Contudo, apesar da incorporação do novo ramo, os Ferrez continuariam a atuar no setor da exibição cinematográfica até 1998, quando o espaço do *Pathé Palace* é alugado para a Igreja Universal do Reino de Deus²⁰³.

²⁰² Empresa que nesse momento já havia sido rebatizada de *Marc Ferrez Filhos*. A alteração na razão social da empresa ocorreu em 1921. Cerca de dois anos depois, em 1923, falecia Marc Ferrez.

²⁰³ Contrato de aluguel realizado em 26 de agosto de 1998 entre Gilberto, Eduardo e João Pedro Luciano com a Igreja Universal do Reino de Deus, relativo ao imóvel onde funcionava o *Pathé Palace* (Arquivo Família Ferrez: FF-GF.5.8.2.3). Cerca de dois anos antes, em 28 de outubro de 1996, os irmãos Ferrez já haviam alugado para a mesma igreja o espaço do cinema *Para Todos* (Arquivo Família Ferrez: FF-GF.5.3.1.6).

REFERÊNCIAS:

- ABEL, Richard. Os perigos da Pathé ou a americanização dos primórdios do cinema americano. *In: CHARNEY, Leo; SCHWARTZ, Vanessa R. (Orgs.). O cinema e a invenção da vida moderna.* São Paulo: Cosac Naify, 2004a.
- _____. Going to the movies in the USA. Pathé and the trade press. *In: MARIE, Michel; FORESTIER, Laurent Le (Orgs.). La firme Pathé Frères, 1896-1914.* Paris: Association française de recherche sur l'histoire du cinéma (AFRHC), 2004b.
- _____. Pathé Frères. *In: ABEL, Richard (Org.). Encyclopedia of Early Cinema.* New York: Routledge, 2005.
- ALLEN, Robert C. **From exhibition to reception: reflections on the audience in film history.** *Screen*, vol. 31, n.4 (1990), pp.: 347-356.
- ALLEN, Robert C.; GOMERY, Douglas. **Film History: theory and practice.** *Film Quarterly*, v.38, n.4 (1985), pp.: 40-42.
- ARAÚJO, Vicente de Paula. **A bela época do cinema brasileiro.** São Paulo: Editora Perspectiva, 1976.
- _____. **Salões, circos e cinema de São Paulo.** São Paulo: Editora Perspectiva, 1981.
- AZEVEDO, Veruschka de Sales. Entre a tela e a platéia: considerações sobre o comércio de cinema no início do século XX nas “terras do café”. *ArtCultura*, v.5, n.6, p.66-78. Uberlândia: Universidade Federal de Uberlândia, 2003.
- BARBOSA, Paulo Roberto de Carvalho. **A primeira cor no cinema: tecnologia e estética do filme colorido até 1935.** Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado da Escola de Belas Artes da Universidade Federal de Minas Gerais – Escola de Belas Artes, Belo Horizonte, 2007.
- BARRO, Máximo. **Na trilha dos ambulantes.** São Paulo: Editora Maturidade, 2000.
- _____. **A primeira sessão de cinema em São Paulo.** São Paulo: Cinema em Close Up, sd.
- BARROS, Luiz de. **Minhas memórias de cineasta.** Rio de Janeiro: Artenova; Embrafilme, 1978.
- BARROS, Mariana Gonçalves Monteiro de. **Marc Ferrez e o Rio de Janeiro de se tempo.** Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História Social da Cultura do Departamento de História da PUC-Rio. Rio de Janeiro, RJ, 2008.
- BAKKER, Gerben. Stars and Stories: how films became branded products. *In: SEDGWICK, John; POKORNY, Michael (Orgs.). An economic history of Film.* Routledge; Taylor & Francis e-Library, 2005.
- BERNARDET, Jean-Claude. **Cinema Brasileiro: propostas para uma história.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

- _____. **Historiografia clássica do cinema brasileiro: metodologia e pedagogia.** São Paulo: Annablume, 1995.
- BERNARDET, Jean-Claude; GALVÃO, Maria Rita. **Cinema: Repercussões em caixa de eco ideológica.** São Paulo: Brasiliense; Embrafilme, 1983.
- BLOM, Ivo. **Jean Desmet and the early dutch film trade.** Amsterdam: Amsterdam University Press, 2003.
- BOLAÑO, César. **Indústria Cultural, informação e capitalismo.** São Paulo: Hucitec/Polis, 2000.
- BOUSQUET, Henry. L'âge d'or. *In:* KERMABON, Jacques (Org.). **Pathé: Premiere Empire du Cinéma.** Paris: Centre Georges Pompidou, 1994.
- CARVALHO, Giselle Maria Lozza *et al.* O cinema em Curitiba, 1897-1912. *In:* CENTRO DE PESQUISADORES DO CINEMA BRASILEIRO. **Cadernos de pesquisa, v. 4.** Rio de Janeiro: Editora Lidador, 1988.
- COSTA, Fernando Morais da. **Primeiras tentativas de sonorização no cinema brasileiro (os cinematógrafos falantes: 1902-1908).** Disponível em: <<http://www.mnemocine.com.br/cinema/anpuh2005/anpuh2005d.htm>>. Acessado em Março de 2012.
- COSTA, Flávia Cesarino. **O primeiro cinema: espetáculo, narração, domesticação.** Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2005.
- CRETON, Laurent. Pathé 1900-1910: finances et stratégies. *In:* KERMABON, Jacques (Org.). **Pathé: Premiere Empire du Cinéma.** Paris: Centre Georges Pompidou, 1994.
- ELSAESSER, Thomas. The Presence of Pathé in Germany. *In:* MARIE, Michel; FORESTIER, Laurent Le (Orgs.). **La firme Pathé Frères, 1896-1914.** Paris: Association française de recherche sur l'histoire du cinéma (AFRHC), 2004.
- FERNANDES, Anchieta. **Écran natalense: capítulos da história do cinema em Natal.** Natal: Sebo Vermelho, 1992.
- FERREZ, Gilberto. A fotografia no Brasil e um de seus mais dedicados servidores: Marc Ferrez (1843 – 1923). **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**, n.10, pp. 169-304. 1946. Artigo reeditado na **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**, n. 26, pp. 294-355, 1997.
- _____. Pathé: 80 anos na vida do Rio. *In:* **Filme Cultura**, Rio de Janeiro, n. 47, p. 37, ago. 1986.
- _____. **O Rio antigo do fotógrafo Marc Ferrez: paisagens e tipos humanos do Rio de Janeiro (1865 – 1918).** São Paulo/Rio de Janeiro: Ex Libris, João Fortes Engenharia, 1984.
- FERREZ, Gilberto; SANTOS, Paulo F. dos. **Um passeio a Petrópolis em companhia do fotógrafo Marc Ferrez.** Rio de Janeiro: Banco Boa Vista, 1993.

- FERREZ, Gilberto; VASQUEZ, Pedro Karp. **A fotografia no Brasil no século XIX: 150 anos do fotógrafo Marc Ferrez 1843-1993**. São Paulo: Pinacoteca do Estado, 1993.
- FIGUEIRÔA, Alexandre. **Cinema Pernambucano: uma história em ciclos**. Recife: Fundação de Cultura Cidade do Recife, 2000.
- FORESTIER, Laurent Le. Charles Pathé. *In*: ABEL, Richard (Org.). **Encyclopedia of Early Cinema**. New York: Routledge, 2005.
- FREIRE, Rafael de Luna. Arguição da Dissertação **Marc Ferrez & Filhos: comércio, distribuição e exibição nos primórdios do cinema brasileiro (1905-1912)** de William Nunes Condé. Rio de Janeiro, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Março de 2012.
- GALVÃO, Maria Rita Eliezer. **Crônica do cinema paulistano**. São Paulo: Ática, 1975.
- GALVÃO, Maria Rita; SOUZA, Carlos Roberto de. Cinema brasileiro: 1930/1960. *In*: FAUSTO, Boris. (Org.) **O Brasil republicano. tomo III**, 4º volume – Economia e Cultura. São Paulo: Editora DIFEL, 1984.
- GATTI, André Piero. **O consumo e o comércio cinematográfico no Brasil vistos através da distribuição de filmes nacionais: empresas distribuidoras e filmes de longa-metragem (1966-1990)**. Dissertação (Escola de Comunicações e Artes) - Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, 1999.
- GOMES, Paulo Emílio Salles. **Cinema: trajetória no subdesenvolvimento**, 2ª Ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.
- GONZAGA, Alice. **Palácios e poeiras: 100 anos de cinemas no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Record; FUNARTE, 1996.
- IMPRESSÕES do Brazil no Século Vinte. **Lloyd's Greater Britain Publishing Company Ltd.**, 1913. Disponível em: < <http://www.novomilenio.inf.br/santos/h0300g38p.htm>>. Acessado em agosto de 211
- JÚNIOR, Sílio Bocanera. **Os cinemas da Bahia, 1897-1918**. Bahia: Editora da Universidade Federal da Bahia (EDUFBA), 2007.
- KESSLER, Frank; VERHOEFF, Nanna. **Networks of Entertainment: Early Film Distribution 1895-1915**. United Kingdon: John Libbey, 2007.
- LUZ, Nícia Vilela. **A luta pela industrialização do Brasil: 1808 a 1930**, 2ª Ed. São Paulo: Alfa-Omega, 1978.
- MANNONI, Laurent Le. Henri René Bünzli. *In*: ABEL, Richard (Org.). **Encyclopedia of Early Cinema**. New York: Routledge, 2005a.
- _____. Pierre-Victor Contisouza. *In*: ABEL, Richard (Org.). **Encyclopedia of Early Cinema**. New York: Routledge, 2005b.

- MEUSY, Jean-Jacques. La stratégie des sociétés concessionnaires Pathé et la location des films en France. In: MARIE, Michel; FORESTIER, Laurent Le (Orgs.). **La firme Pathé Frères, 1896-1914**. Paris: Association française de recherche sur l'histoire du cinéma (AFRHC), 2004.
- MORAES, Julio Lucchesi. **A trajetória econômica da Firma Marc Ferrez & Filhos (1904-1921)**. Anais do XX Encontro Regional de História: História e Liberdade. ANPUH/SP – UNESP-Franca, 2010a.
- _____. **Marc Ferrez & Filhos e as articulações da indústria cinematográfica brasileira (1904-1921)**. Anais do III Conferência Internacional em História Econômica & V Encontro de Pós-graduação em História Econômica. Brasília, 2010b.
- MOURA, Roberto. A Bela Época (Primórdios - 1912), Cinema Carioca (1912-1930). In: RAMOS, Fernão (Org.). **História do Cinema Brasileiro**. São Paulo: Art Editora, 1987.
- NORONHA, Jurandyr. **No tempo da manivela**. Rio de Janeiro: Ed. Brasil-América (Ebal); Kinart Cinema e Televisão; Embrafilme, 1987.
- PFEIL, Antonio Jesus. Cinematógrafo e o cinema dos pioneiros. In: BECKER, Tuio (Org.). **Cinema no Rio Grande do Sul** (Caderno Ponto & Vírgula, 8). Porto Alegre: Secretaria Municipal de Cultura / Prefeitura Municipal de Porto Alegre, 1995.
- RANDAL, Johnson. **The film industry in Brazil**. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press, 1987.
- RAMOS, Fernão; MIRANDA, Luiz Felipe (Orgs.). **Enciclopédia do cinema brasileiro**, 2ª Ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004.
- REYNAUD, Françoise. et al. **O Brasil de Marc Ferrez**. São Paulo: Instituto Moreira Salles, 2005.
- SÁ NETO, Arthur Autran Franco de. **O Pensamento industrial cinematográfico brasileiro**. Tese (doutorado em Multimeios) – Instituto de Artes da Universidade de Campinas, Campinas, SP, 2004.
- _____. Arguição da Dissertação **Marc Ferrez & Filhos: comércio, distribuição e exibição nos primórdios do cinema brasileiro (1905-1912)** de William Nunes Condé. Rio de Janeiro, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Março de 2012.
- SADOUL, Georges. **História do cinema mundial I**. Lisboa: Livros Horizonte, 1983a.
- _____. **História do cinema mundial II**. Lisboa: Livros Horizonte, 1983b.
- SALT, Barry. **Film Style and technology: history and analysis**. 2nd ed. London: Starword, 1992.
- SCHVARZMAN, Sheila. **História no cinema / História do cinema**. 2006. Disponível em: <http://www.mnemocine.com.br/cinema/anpuh_2005/index.htm>. Acessado em fevereiro de 2012.

- SEDGWICK, John; POKORNY, Michael. The Characteristics of film as a commodity. *In*: SEDGWICK, John; POKORNY, Michael (Orgs.). **An economic history of Film**. Routledge; Taylor & Francis e-Library, 2005.
- SELONK, Aletéia Patrícia de Almeida. **Distribuição cinematográfica do Brasil e suas repercussões políticas e sociais – um estudo comparado da distribuição da cinematografia nacional e estrangeira**. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.
- SILVA, Gastão Pereira. **Serrador, o creador da Cinelandia**. Rio de Janeiro: Ariel, 1951.
- SILVEIRA, Walter da. **A história do cinema vista da província**. Bahia: Fundação Cultural do Estado da Bahia, 1978.
- SIMIS, Anita. **Estado e cinema no Brasil**. São Paulo: Annablume; FAPESP; Itaú Cultural, 2008.
- SIMÕES, Inimá. **Salas de cinema em São Paulo**. São Paulo: PW/ Secretaria Municipal de Cultura / Secretaria de Estado da Cultura, 1990.
- SOUZA, José Inácio de Melo. **Imagens do passado: São Paulo e Rio de Janeiro nos primórdios do cinema**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004.
- _____. **Retrato do ocupado e do ocupante vistos através das estatísticas (1896-1936)**, mimeo, 1988.
- THOMPSON, Kristin. **Exporting entertainment: America in the world film market 1907-1934**. London: British Film Institute, 1985.
- TODESCHINI, Cláudio. O cinematógrafo numa ilha de civilização. *In*: BECHER, Tuio. **Cinema no Rio Grande do Sul** (Caderno Porto & Vírgula, 8). Porto Alegre: Secretaria Municipal de Cultura / Prefeitura Municipal de Porto Alegre, 1995.
- TURAZZI, Maria Inez. **Marc Ferrez**. São Paulo: Cosac & Naify Edições, 2000.
- TRUSZ, Alice Dubina. **Entre lanternas mágicas e cinematógrafos: as origens do espetáculo cinematográfico em Porto Alegre 1861-1908**. Tese (Doutorado em História) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.
- _____. **Entre lanternas mágicas e cinematógrafos: as origens do espetáculo cinematográfico em Porto Alegre 1861-1908**. São Paulo: Ecofalante, 2010.
- ULFF-MØLLER, Jens. Edouard Partsch: Pathé's Danish affiliation, 1909-1924. *In*: MARIE, Michel; FORESTIER, Laurent Le (Orgs.). **La firme Pathé Frères, 1896-1914**. Paris: Association française de recherche sur l'histoire du cinéma (AFRHC), 2004.
- USAI, Paolo Cherchi. **Silent Cinema: an introduction**. London: British Film Institute, 2003.

VASQUEZ, Pedro Karp; SEGALA, Lygia. **Família Ferrez: novas revelações**. Rio de Janeiro: Centro Cultural do Banco do Brasil. 2008. 216p. Catálogo da mostra realizada no Centro Cultural Banco do Brasil de 26 de fevereiro a 27 de abril de 2008.

VELLOSO, Monica Pimenta. Os intelectuais e a política cultural do Estado Novo. *In*: FERREIRA, Jorge; DELGADO, Lucilia de Almeida Neves (Orgs.). **O Brasil Republicano, vol. 2 (O Tempo do nacional-estatismo: do início da década de 1930 ao apogeu do Estado Novo)**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007.

VERIANO, Pedro (Coordenador). **A crítica de cinema em Belém**. Belém: Secretaria de Estado de Cultura, Desportos e Turismo, 1983.

_____. **Cinema no Tucupí**. Belém: SECULT, 1999.

VIANY, Alex. **Introdução ao cinema brasileiro**. Rio de Janeiro: Revan, 1993.

WASKO, Janet. **Movies and Money: financing the american film industry**. New Jersey: Ablex Publishing Corporation, 1982.

SITES DA INTERNET:

<http://www4.planalto.gov.br/legislacao>. Portal da Legislação do site da Presidência da República. Acessado em janeiro de 2012.

<http://www.cinemateca.gov.br/>. Base de dados do site da Cinemateca Brasileira. Acessado em fevereiro de 2012.

http://www.wipo.int/treaties/en/ShowResults.jsp?treaty_id=15. Site da World Intellectual Property Organization (WIPO). Acessado em março de 2012.

FONTES ARQUIVÍSTICAS:

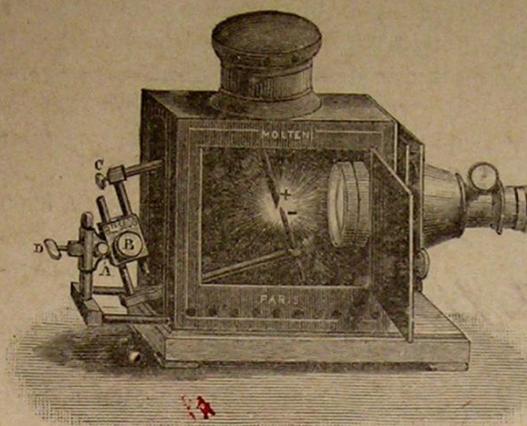
ARQUIVO Família Ferrez

ANEXOS:

ANEXO 1 – TREXOS DO CATÁLOGO DA CASA MARC FERREZ EDITADO EM 1905, REFERENTES A PRODUTOS RELACIONADOS À PRODUÇÃO DE LUZ OXIETÉRICA E A CINEMA:

50

Modo de adaptar qualquer lampada de projecção para os corpos opacos



Prepara-se a lanterna como para os corpos transparentes, porém com a seguinte modificação; isto é: retira-se a objectiva que serviu para os corpos transparentes que substitue-se pelo megascopio, e a dita objectiva é então parafusada na extremidade ou braço do megascopio.

(Fig. 52)

Abrir o fundo do megascopio e collocar o retrato cartão de visita no lugar destinado para recebê-lo e pôr no foco por meio da cremalheira da objectiva.

A imagem ampliada reflecte-se sobre uma tãla ou écran preparado para esse fim. Esta ampliação ou projecção serve unicamente para o desenhista pois que para elle é sufficiente seguir a lapis os contornos para obter um bom retrato a crayon.

Mercurio — Construida especialmente para theatros e conferencias, é um apparelho excessivamente forte, systema Molteni, podendo receber qualque qualidade de luz seja a kerosene, bico Auer, Oxi-Etherica, acetyleno ou electrica; formado de forte corpo metallico com luz kerosene, objectiva, condensador 225 m/m e capacete fumivoro especial (Fig. 52). 225\$000

O mesmo instrumento munido de 2 objectivas supplementares de focos diversos. 370\$000

Lanterna Universal — Corpo de ferro esmaltado, preto, montada sobre columna e mesa de madeira envernizada; grande aeração, 2 portas lateraes, condensador 110 m/m, chapas de cobre munidas de molas para passagem de vistas de todas as dimensões: poderá servir para cinematographo e para projecção fixa.

Lanterna universal Systema Molteni com 3 objectivas 1905

Para cinematographo possui uma cuba cylindrica para agua, podendo-se desmontar para maior limpeza.

Para projecção fixa tem uma objectiva dupla excessivamente luminosa.

Os 2 systemas estão montados cada qual sobre uma chapa de cobre, munida de dobradiças de modo a poder substituir instantaneamente uma e outra. Preço, 250\$000

Accessorios para lanternas de projecção

Chassis de madeira para projecção continua de vistas de lanterna magica 8 x 10, ditos de vai e vem, muito commodos.. 6\$000



(Fig 53 |

Condensadores de construcção superior (fig. 53).

Dia-	95mm	103mm	110mm	115mm
tro.	12\$	18\$	18\$	18\$
	150mm	200mm	220mm	
	40\$	80\$	90\$	

100-105-105
6 8 9
120
26

Lentes separadas para os condensadores :

Uma.	95mm	103mm	110mm	115mm	150mm	200mm	220mm
	5\$000	6\$000	8.000	9\$000	18.000	35\$000	40\$000

1207
12

Telas para projecções. — Em geral, quando deseja-se projectar uma imagem um pouco grande, encontra-se difficuldade para obter superficie completamente lisa, pois, recorrendo-se aos pãños, não só deixam-se atravessar pela luz como é raro encontral-os de tamanho sufficiente em, um só pedaço.

Evitando esses inconvenientes, preparam-se télas opacas, proprias para esse fim, sem emenda, medindo tres metros sobre 3m50, montadas sobre 2 molduras que as mantêm rigidas 75\$000

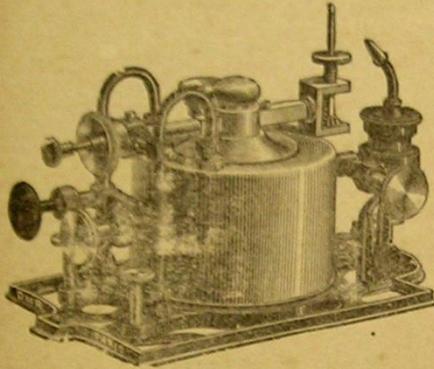
Vistas para lanterna magica do Rio de Janeiro e arrabaldes, Petropolis, Therezopolis, homens celebres brasileiros, etc., duzia	18\$000
As mesmas coloridas, duzia	30\$000
Vistas dos paizes estrangeiros, duzia	24\$000
As mesmas coloridas, duzia	36\$000
Vistas sacras, duzia	24\$000
Vistas de caricatura simples, duzia	36\$000
Vistas de caricatura com 4 e mais transformações, duzia 40\$ a 150\$000	

Condensadores
lentes
1150 mm 103 mm
200 mm 109 mm
115 mm
Lentes para
condensadores sacros
115 mm
103 mm

Apparelho para combustão de gaz acetyleno com chave de segurança e reflector :

De 2 bicos conjugados	3 bicos
20\$000	30\$000

Apparelho Sol, 3 bicos conjugados.....	30\$000
Bicos simples de acetyleno, cada um.....	1\$000
Bicos conjugados para o acetyleno, cada um.....	3\$000



(Fig. 55)

Luz oxy-etherica. — Quasi semelhante em intensidade á luz electrica, leva vantagem a esta porque pode ser produzida em qualquer logar bastando para isso ter o oxygerador para producção do oxygenio e um saturador. A propriedade que possui o oxygenio, depois de ter atravessado o ether de tornar incandescente um pedaço de cal,

deu nascimento a este systema, o melhor como energia e poder illuminativo. O oxygerador é construido inteiramente de ferro fundido esmaltado e de cobre nickelado, solido e elegante, fornece em um minuto gaz oxygenio sob pressão, só por meio de agua e da oxylithe ; completo..... 20\$000

Saturador Securitas, intensidade luminosa 650 velas...	100\$000
Perolas de magnesio, fornecendo um só ponto espherico excessivamente luminoso, cada uma.....	2\$000
Lapis de cal hermeticamente fechados em tubos de vidro, assegurando-lhes conservação eterna, cada um.....	1\$200
Lapis duros de magnesio.....	2\$000
Lapis de cal em caixa de 12.....	7\$000
Pastilhas de magnesia, caixa de 10 com o suporte....	9\$000
Tubos de borracha encarnada especial para gaz, o metro	2\$000

Luz electrica. — Lampada de arco, modelo aperfeiçoado, unico que permite de regular o ponto luminoso com toda a segurança só por meio de botões exteriores..... 150\$000

Carvões, duzia.....	2\$000
---------------------	--------

Cinematographos

A reproducção exacta de todos os movimentos e scenas animadas que se desenrollam sob nossas vistas, constitúe o objecto da cinematographia.

Em poucos annos esta parte da photographia desenvolveu-se a tal ponto, que absorveu varios ramos da mesma arte e hoje em dia, milhares e milhares de pessoas trabalham exclusivamente por ella e d'ella.

A construcção dos cinematographos chegou ao mais alto gráo de aperfeiçoamento e apresentam-se verdadeiros instrumentos de relojoaria, cujos resultados são espantosos. O manejo é dos mais simples, a segurança a maior e a projecção a mais firme e brilhante possível.

Não ha rimo algum de exhibição susceptível de dar maiores lucros do que a cinematographia e mediante pequeno emprego de capital, pode-se montar uma empreza para exploração das cidades e centros do interior dos nossos Estados, empreza esta cujo capital será muitas vezes amortecido, si o operador conhecer bem os instrumentos e souber apresentar os apparatus.

Apenas forneço um modelo de cinematographo, que é o que maiores vantagens apresenta para o trabalho geral sob o nosso clima, modelo este garantido por espaço de tres annos, livre de qualquer concerto. E' o typo que chamaremos—Eureka e que é constituido por uma lanterna forte munida de condensador e objectiva dupla, adaptada a um Chronophotoscopia Demeny. As duas peças são adaptadas de tal forma uma á outra que o operador pode substituir instantaneamente a projecção fixa á animada e vice-versa, realisando assim dous generos de exhibição com um só apparatus. Este dispositivo é incontestavelmente vantajoso, porquanto permite realisar grande economia de fitas cinematographicas e tambem deixa a vista dos expectadores, descansar de uma projecção animada muito longa.

Explicações detalhadas e modo de emprego são dadas e ensinados praticamente ao comprador, assim como photographias, desenhos e plantas de installações serão fornecidos sob pe ido especial, indicando o comprador as condições em que vae trabalhar e limite do capital a empregar.

Para facilitar a compra, eis em resumo a lista dos apparatus necessarios para uma installação para trabalhar em salas até 15 metros de recuo :

Um apparatus Eureka

Um oxygerador e um saturador (material para a luz oxy-etherica)

Fitas de cinematographo sortidas em comprimento minimo de 300 metros

Vistas fixas diversas

Material para producção da luz oxy-etherica, a saber : oxylithe, ether e lapis de cal (as quantidades de cada producto ficam á vontade do comprador).

Com esta installação fica o operador habilitado a trabalhar em qualquer sala nas dimensões já designadas e a acquisição das fitas faz-se de accordo com o capital que se deseja empregar, notando-se que não se pode principiar com menor quantidade do que a que está indicada acima; esta quantidade apenas dá para um espectáculo e como torna-se necessario variar o programma para attrahir o publico, comprehende-se facilmente que é necessario ter mais fitas para poder sempre mostrar novidades. Preços :

Um apparatus completo Eureka	600\$000
Fitas com 20, 30, 40 metros, o metro	2\$500
Vistas fixas, duzia	18\$000
Vistas fixas, coloridas	24\$000

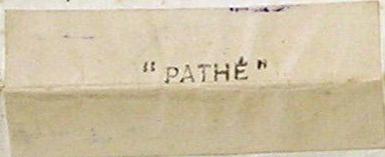
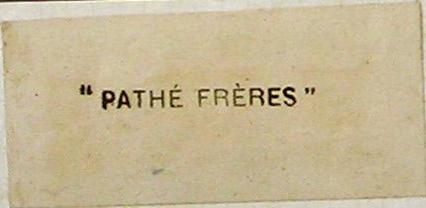
Para o preço do oxygerador, saturador, e drogas para a producção da luz, vide a secção competente.

Sob pedido são remettidas com as plantas e desenhos de installações, as listas de fitas em stock bem como mensalmente receber-se-á lista das novidades.

ANEXO 2 – LOGOTIPOS DA PATHÉ FRÈRES:

FF. FNF 2.0.1.12.2

ETAT DES MARQUES DE FABRIQUE
DE LA COMPAGNIE GENERALE DE PHONOGRAPHES , CINEMATOGRAFES ET APPAREILS
DE PRECISION.

BRESIL	
	<p>Marque brésilienne 1644 14 août 1906</p> <p>"Phonographes & Cinématographes"</p> <p>(Coq.)</p>
	<p>Marque internationale 5212 23 avril 1906</p> <p>"Phonographes et Cinématographes"</p>
	<p>Marque internationale 5100 15 février 1906</p> <p>Phonographes et Cinématographes</p>
	<p>Marque internationale 5.119 22 février 1906</p> <p>"Phonographes"</p> <p>Lanceur de disques n° 1</p>



Marque internationale
6522

21 décembre 1907

"Phonographes et Cinématographes"

2 coqs Cinema Pathé
(signature)"



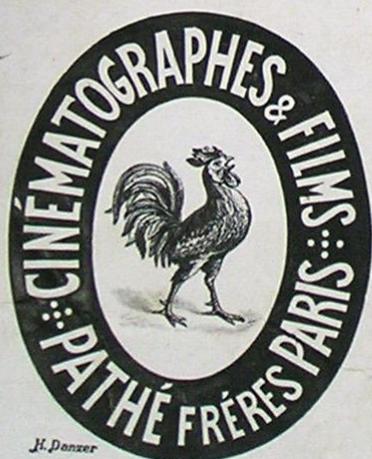
Marque internationale

6523

21 décembre 1907

"Phonographes et Cinématographes

(2 coqs CinémaPathé Frères
(signature)



Marque internationale

6763

16 mars 1908

Cinématographes

Coq avec cartouche.

<p>3 4</p> <p>CINÉMA Patbé</p>	<p>Marque internationale 6764</p> <p>16 mars 1908</p> <p>Cinématographes</p>
	<p>Marque internationale 6761</p> <p>16 mars 1908</p> <p>Phonographes et Cinéma- tographes.</p> <p>Lanceur de disques n° 2</p>
<p>" PATHÉPHONE "</p>	<p>Marque internationale 6762</p> <p>16 mars 1908</p> <p>Phonographes.</p>



**ANEXO 3 - PROPOSTAS APRESENTADAS À PATHÉ PELOS FERREZ PARA
CONTORNAR A CRISE INSTAURADA COM O AUMENTO DAS TARIFAS
ADUANEIRAS EM 1912 (FF-FMF 2.0.1.12/9):**

P R O P O S I T I O N S

Nous faisons deux genres :

- 1° achat ferme de la collection au prix de 1 franc
- 2° paiement des dépenses et division des bénéfices

1°

Pour acheter ferme à 1 franc du mètre, coloris en plus à 30 cent.
et série d'Art à 1,15, nous ne pouvons acheter plus de :

4 séries de 2.500 mètres chaque, soit 10.000 mètres par semaine et contre cet achat nous continuerions à demander l'exclusivité comme au paravant.

Toute augmentation de métrage soit dans les séries, soit d'une série complète, forcément augmente le poids de chaque envoi, ce qui donne en résultat une augmentation proportionnelle des droits de douane.

Or comme on ne peut majorer indéfiniment la location ni l'augmenter par la création d'autres cinémas, nous réputons impossible à soutenir une majoration si minime soit-elle.

Cette proposition représente donc une diminution de 4.000 mètres par semaine, soit 16.000 mètres par mois

2° (Proposition de bénéfices partagés.)

Dans ce second cas nous abordons le projet de contrat de diminution du prix d'achat initial d'après les études en mains où le film est coté à une moyenne de 65 centimes et où l'on fait oublier la série d'Art, coloris, virages etc.

Nous réputons impossible une entrée au Brésil supérieure à 5 collections de 2.500 mètres par semaine, soit 12.500 mètres par semaine à une valeur moyenne de 65 centimes ou Fcs.8.125

Nous présentons deux hypothèses:

1° achat a ce prix lá ,a charge de vous donner une redevance 10% sur le rendement brut de la location

2° repartition de 50 % du resultat brut de la location, si vous envoyez le film pour votre compte et nous payons emballage, expédition, frais de douane etc.

)-----)

Démonstration des deux hypotheses:

1°	Quatre envois par mois de 8.125 fcs forment	Fcs	32.500
	Vous seriez couverts de ces prix et nous vous garantissons une commission minimum mensuelle de		
			9.000

2°	Quatre envois par mois de 8.125 fcs forment	32.500
	Nous avons une feuille de location de 90.000 francs qui repartis de compte a demi, forment une redemance mensuelle de	
		45.000

Donc en cette seconde hypothese tout en ne risquant rien de plus qu'a la premiere vous avez assurés un plus large benefice, qui est minimum de 12.500 francs par mois en plus du benefice si minime soit-il sur le prix initial de 65 centimes.

AVENIR

Nous pouvons esperer et presque assurer que ce service de location actuel de 90.000 fcs pourra sensiblement augmenter et s'elever a 120.000 fcs, les evenements politiques le permettent dans quelques mois.

NOTE

Tout envoi de plus de cinq copies n'a pas de placement pour la sixieme serie .Toute collection superieure a 2.500 metres ne trouve pas de locataire pour cet exces, c'est a dire, que les locataires ne peuvent exhiber plus de 2.500 metres maximum par semaine.

On ne peut creer des locataires ni leur forcer a exhiber davantage

Plaidoirie de notre proposition N° 2 ,seconde hypothese

..-.-.-.

De par le contrat proposé ,la Compagnie demandait l'achat de 8 series dont le maximum ne dépasserait pas de 3.000 metres par semaine,soit donc un MAXIMUM DE ~~24~~ 24.000 metres par semaine.

Ce metrage multiplié a une moyenne de 65 centimes formerait le maximum de Fcs. 15.600,soit par mois de Fcs. 62.400

Vous dites dans le contrat que"en echenge de ces conditions toutes speciales nous serions obligés de verser 10% du chiffre brut de la location"... or comme nous vous le disons, ayant une feuille de clients qui rapportent 90.000 cela pourrait vous donner une redevance mensuelle de 9.000 a la quelle il faudrait evidemment ajouter le benefice que vous avez sur le prix du film.Nous pensons pouvoir admettre 5% sur les prix faits,cequi formerait donc

	Fcs. <u>3.100</u>
soit un benefice par mois total	Fcs. 12.100

..-.-.-.

Il nous semble que la seconde hypothese du second cas(feuille précédente)vous montre clairement que nous pouvons garantir ce meme BENEFICE , avec un moindre envoi de films,donc une enorme economie pour la Compagnie de celluloid,de travail,etc.

En d'autres termes,par notre seconde hypothese du second cas, la Compagnie avec CINQ ~~SERIES~~ SERIES DE 2.500 metres ou 12.500 metres

AURA LE MEME(sinon superieur)BENEFICE

qu'avec HUIT SERIES DE 3.000 metres chaque ou 24.000 metres.,c'est a dire qu'avec la moitié de materiel Elle aura la meme recette !!!

ANEXO 4 – RESUMO DO MEMORANDO ENVIADO PELOS DISTRIBUIDORES NACIONAIS ÀS AUTORIDADES BRASILEIRAS EM 15 DE JANEIRO DE 1912, SOBRE O AUMENTO DOS IMPOSTOS DE IMPORTAÇÃO RELATIVOS AOS FILMES:

Assinaram o “memorando” (ou petição) diversos representantes de produtores de filmes estrangeiros. Segundo os signatários, o aumento das tarifas alfandegárias havia sido feita sem discussões e estudos suficientes, pegando todos de surpresa. Pois as partes interessadas não haviam sido convocadas nem consultadas e só foram saber das mudanças através da leitura do Jornal Oficial, em 1º de janeiro de 1912.

Ainda segundo os signatários, o aumento nos custos alfandegários tornava a introdução e o desenvolvimento da indústria cinematográfica no Brasil impossível. E, por isso, classificavam a nova tarifa como proibitiva. Como recurso retórico, ainda argumentavam que a cinematografia estava deixando de ser uma mera mímica do teatro e se voltando para a instrução e para a ciência em suas diversas modalidades, o que poderia ser comprovado pelo fato de que diversos estabelecimentos públicos já estavam adotando a cinematografia, como o Colégio Militar, a Brigada de Polícia, os navios de guerra, a escola da marinha, o Ministério da Agricultura e diversos outros estabelecimentos de ensino particulares.

Eles diziam que a taxa anterior havia sido estudada, discutida e aprovada pelo congresso a razão de 5\$000 o quilo de filme impresso e 1\$000 o quilo do filme virgem, pagáveis na proporção de 35% em ouro e 65% em papel, o que correspondia a 6\$300 e 1\$250 o quilo dos filmes respectivamente. A nova lei do Congresso teria decretado uma base de tarifação 5 vezes maior para o filme impresso e 10 vezes maior para o filme virgem, ficando a situação da seguinte maneira: 25\$000 (filme impresso) e 10\$000 (filme virgem) o quilo, que com a divisão do pagamento em 35% em ouro e 65% em papel, ficavam na verdade em 31\$500 e 12\$500 o quilo, respectivamente.

Os signatários argumentavam contra as idéias de protecionismo do mercado ou de aumento da arrecadação da alfândega como possíveis motivos para tal elevação das tarifas, e passavam a desenvolver uma exposição do porquê tal aumento não seria benéfico nem para um motivo, nem para o outro:

Eles argumentavam que não poderia se constituir uma indústria cinematográfica no Brasil somente através da falta de matéria prima, ou seja, de película cinematográfica (fosse ela bruta [virgem?] ou manufaturada [impressa?]), mas também por diversas

outras razões técnicas que seriam muito extensas e fatigantes para ficar explicando, mas que qualquer químico industrial do ramo da fotografia poderia entender.

Argumentavam ainda que se a intenção era aumentar a arrecadação alfandegária, isso não daria certo. Pelo contrário, era capaz de diminuir. Pois o consumo de filmes estaria limitado a uma certa classe (ou patamar) que se rebaixaria rapidamente porque ela não poderia suportar uma majoração tão grande, e que não surgiriam novos sucessores nem se multiplicariam os estabelecimentos cinematográficos se esse horizonte continuasse tão desfavorável e confuso.

Os signatários reclamavam ainda que o aumento na tarifação tinha sido feito às pressas e sem consulta às partes interessadas, e, portanto, sem direito de defesa. E que agora esses signatários se viam em séria situação, devido aos contratos já firmados tanto com os fabricantes dos filmes, quanto com os clientes no Brasil. Contratos que estavam baseados nas tarifas alfandegárias anteriores e que ninguém poderiam prever que sofreriam tal aumento.

O Memorando parece que era dirigido ao Ministro das Finanças, para que esse intercedesse junto ao Poder Legislativo, tão logo esse retomasse seus trabalhos (uma vez que naquele momento o Congresso estava em recesso de fim de ano). Os Signatários do memorando eram os seguintes:

Pathé Frères	-> Marc Ferrez & Filhos
Etablissements Gaumont	-> F. Lebre
Société Eclair	-> Jules Blum
Vitagraph, Biograph, Edison, Lubin	-> A. Stamile & Irmão
Cines, Aquila, Savoia, Pasquali, Vesuvio	-> A. Sestini

Esses signatários lembravam ainda que além das taxas alfandegárias específicas dos produtos cinematográficos, esses ainda pagavam (assim como todas as outras mercadorias) mais 2% em ouro sobre o valor oficial, para a manutenção do porto e a quitação do empréstimo feito para a sua construção. E, com isso, o quilo do filme que antes acabava saindo por 7\$800 (ou 13 francos), a partir daquele momento passava a sair por 39\$000 (ou 65 francos). Eles lembravam ainda que cada quilo representava certa de 123 a 125 metros de filme²⁰⁴.

²⁰⁴ O que dava um pouco menos do que 7 minutos de filme, considerando-se uma projeção a 16 qps.

FF-FMF 2.0.1.12.1011

Rapport présenté le 15 janvier a l'Association Commerciale de Rio de Janeiro (Brésil)

Les sous-signés, négociants établis a Rio de Janeiro, importateurs e représentants de Fabriques de rubans cinématographiques (films) assez connus sur le marché sous les noms de Pathé Frères, Gaumont, Eclair, Vitagraph, Biograph, Lubin, Edison, Cines, Savoia, Pasquali, Vesuvio, Aquila, Milano, appellent votre bienveillante attention sur le nouveau tarif de douane (que la dernière décision du Congrès approuvée par le Pouvoir Executif a transformé en loi) applicable aux produits base de leur commerce.

Selon il est du domaine public la correction présenté a ce sujet au budget a été approuvée a la hâte dans la dernière seance du Congrès sans être discutée ni suffisamment étudiée, fauchant tout le monde a l'improviste, puisque les parties intéressées n'ont pas été convoquées ni même consultées e n'en eu connaissance que par la lecture du Journal Officiel a la date du 1er janvier courant.

L'augmentation des droits de douane dans le paragraphe concernant les films est extraordinaire, rendant impossible l'introduction et le développement entre nous de l'industrie cinématographique et l'on peut classer le nouveau tarif de prohibitif.

Il vient a point rappeler que la cinématographie actuellement ne fait que d'entrer dans le domaine pratique, abandonnant le champ de la mimique théâtrale pour se tourner vers l'instruction en ses différentes modalités ou vers la science, ce qui d'ailleurs a été déjà compris par plusieurs de nos Etablissements Publics tels que le College Militaire, la Brigade de Police, les navires de guerre, l'école des Marins, Ministère de l'agriculture etc et plusieurs maisons particulières d'enseignement.

L'ancien tarif de douane qui avait été étudié, discuté et approuvé par le Congrès taxait a raison de 5\$000 le kilo de film impressionné

et a 1\$000 le kilo de film vierge, payables 35 % en or et 65 % en papier, ce qui correspondait a 6\$300 et 1\$250 le kilo respectivement.

La nouvelle loi du Congres decrete une base CINQ fois plus grande pour les films impressionés et DIX FOIS plus grande pour les films vierges, soit, 25\$000 et 10\$000 le kilo, dont 35 % en or ce qui fait revenir a 31\$500 et 12\$500 le kilo.

Si les legislatureurs ont été guidés par des idées de proteccionisme ou s'il pensent obtenir une majoration dans les revenus des bureaux de la douane, nous nous permettons de vous rappeler:

1°) qu'il ne peut exister d'industrie cinematographique au Brésil pas seulement par manque de la matiere premiere (cellulo en feuille) soit a l'etat brut soit a l'etat manufacturé, mais aussi par des raisons techniques qu'il serait long et fatigant a enumerer mais que n'importe quel chimiste industriel photographe pourra comprendre

2°) que le resultat de la douane ne peut augmenter mais bien au contraire decroitre de beaucoup parceque la consommation du film est limitée a une certaine classe qui se retirera rapidement parcequ'elle ne peut supporter une si forte majoration et qui n'aura pas de successeurs et ne se multipliera pas si elle voit un horizon trop embarrassé.

L'augmentation des droits de douane ayant été resolue en quelques heures, sans que personne aie pu se defendre ou tout au moins mettre au point cette question, les sous-signés se voient pris par de tres serieux contracts et traités soit envers les Fabriques soit envers leurs clients, puisque ces contracts etaient basés sur des frais de douane bien connus dont on ne pouvait au grand jamais supposer l'augmentation puisqu'ils avaient ete approuvés par le Pouvoir Legislatif et par le Pouvoir Executif il y a quelques années et qu'ils avaient été eprouvés par le temps et avaient apporté des avantages au fisc et a l'industrie sur les anciens droits caducs.

Les sous-signés rappellent donc à V. Ex. qu'il y aurait un certain avantage à obtenir de S. Ex. Mr le Ministre des Finances l'ordre d'appliquer pour le moment à ces produits l'ancienne taxe jusqu'à ce que le Congrès se réunisse à nouveau et rappelle les résolutions de sa dernière séance; alors on respectera ce qui sera décrété comme l'expression irrévocable du désir des législateurs

Salutations épressées

PP Anciens Etab	Pathé Freres	Marc Ferrez & Filhos
Etablissements Gaumont		F. Lebre
Société Eclair		Jules Blum
Vitagraph, Biograph, Edison, Lubin		A. Stamile & Irmão
Cines, Aquila, Savoia, Pasquali, Vesuvio		A Sestini
Milano		Zambelli & C°

Nota.- Il est à considérer que outre ces taxes basiques d'entrée, les films comme toute autre marchandise payent au fisc, EN PLUS:

2% en or sur la valeur officielle pour l'entretien du port
la décharge, la statistique, le magasinage, carretage etc et donc
le kilo de film rendu à la maison de l'importateur anciennement
revenait à 7\$800 et aujourd'hui revient à 39\$000, soit en monnaie
française anciennement à 13 francs et aujourd'hui à 65 francs.

Un kilo de films représente une moyenne de 123 à 125 mètres !