

A Distribuição Cinematográfica no Brasil (1907-1915): Recensão do livro *O negócio do filme*, de Rafael de Luna Freire

Sofia Sampaio

Instituto de Ciências Sociais, Universidade de Lisboa, Portugal
sofia.sampaio@ics.ulisboa.pt
<https://orcid.org/0000-0002-5473-0012>



Freire, Rafael de Luna. 2022. *O negócio do filme: A distribuição cinematográfica no Brasil, 1907-1915*. Rio de Janeiro: Editora Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, com Cinemateca do MAM e PPGCine-UFF. 448 pp. e 30 imagens. ISBN 978-65-88670-04-0

Há livros que renovam – pela qualidade da sua pesquisa e pela visão original e ampla que oferecem – a forma como vemos e escrevemos a história do cinema. A última monografia de Rafael de Luna Freire, professor e pesquisador da Universidade Federal Fluminense (UFF), é

Aniki vol. 12, n. 1 (2025): 180-186 | ISSN 2183-1750 | doi: 10.14591/aniki.v12n1.1108

Publicado pela AIM com o apoio do IHC, NOVA-FCSH. Financiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e Tecnologia, I.P., no âmbito dos projectos UIDB/04209/2020, UIDP/04209/2020 e LA/P/0132/2020. © Autor(es).

um desses livros. Mesmo antes de terminar as mais de 400 páginas que o compõem, percebemos que estamos perante uma pesquisa “rara e substancial” (p. 10) – expressão usada, na nota de abertura, por Hernani Heffner, actual gerente da Cinemateca do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro (Cinemateca do MAM), para descrever o tipo de publicações que a linha editorial, inaugurada por este volume, pretende promover.

Foi, precisamente, na Cinemateca do MAM, em 2002, que Luna Freire se iniciou como pesquisador; aí terá experimentado o *gosto dos arquivos e pelos arquivos*, para evocar o célebre título de Arlette Farge (1989). Além do arquivo da família Ferrez, que estrutura a pesquisa, o autor mobiliza vários acervos de instituições brasileiras e estrangeiras para contar a história da distribuição cinematográfica no Brasil, num período pouco conhecido e escassamente estudado. É o caso da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional, do Arquivo Cinédia, do Arquivo Nacional, do Danske Filminstitut, e do Eye Filmmuseum. Entre as fontes primárias, encontramos cartas, actas, contratos, relatórios, contas, escrituras de imóveis, processos judiciais, notícias, anúncios, fotografias, cartazes, bem como cartunes e programas publicados em jornais. A esta variedade de documentos empresariais, públicos e privados, juntam-se entrevistas (nomeadamente, a descendentes de alguns dos protagonistas), depoimentos e outros registos memorialísticos e (auto)biográficos. O rol de fontes secundárias não é menos impressionante, combinando bibliografia internacional especializada (e já bem consolidada) sobre a história do cinema das primeiras décadas do século XX na Europa e na América do Norte, com um considerável número de dissertações de mestrado e teses de doutoramento sobre este período no Brasil, onde esta área de pesquisa se tem vindo a fortalecer nos últimos anos.

O livro divide-se em quatro capítulos, que contam a história da distribuição cinematográfica no Brasil nos oito anos que constituem o foco desta investigação (1907-1915). Assim, o primeiro capítulo, “A formação do mercado: 1907–1908”, inicia-se com a assinatura, nos primeiros meses de 1907, do contrato entre Marc Ferrez e a Pathé Frères, que permitiu àquele representar estes na condição de “agente exclusivo para todo o Brasil” (p. 32). A cronologia é importante: Luna Freire argumenta, convincentemente, que foi o contrato com a Pathé que criou as condições para Ferrez estabelecer sociedade com o exibidor Arnaldo Gomes de Souza e abrir uma primeira sala fixa em Setembro de 1907 – o cinematógrafo Pathé, que passou a exhibir, com regularidade,

filmes inéditos do fabricante francês. Com a fundação da empresa Marc Ferrez & Filhos (MF&F), em Outubro do mesmo ano – em plena “febre do cinematógrafo” (p. 53; 60) – e com a rápida construção de uma rede de distribuição (p. 56), o cinema adquire centralidade nos negócios dos Ferrez (p. 44). O autor sublinha a originalidade deste modelo de importação e distribuição através do aluguer das cópias (e não mais da sua venda), que – aliado a outras práticas aqui descritas (sistema de zoneamento, aposta nos *films d’art*, na produção local e na “cavação”) – permitiu separar a distribuição da exibição, assegurando à MF&F uma posição pioneira na história do sector distribuidor cinematográfico brasileiro (p. 45).

A este momento de indubitável sucesso seguiu-se um outro de “acirramento da concorrência: 1909–1911”, relatado no segundo capítulo. Neste breve período, agravaram-se, ou tornaram-se mais evidentes, muitos dos problemas anteriormente identificados, estimulando a procura de soluções (novas ou adaptadas de outros negócios), tais como a terceirização e as fusões. É à luz desta “acirrada concorrência” – ela própria resultante do sucesso alcançado pelo “negócio dos filmes” – e da conseqüente quebra dos preços (com o estreitamento das margens de lucro a partir de 1909) que Luna Freire propõe uma releitura de fenómenos como os “filmes cantantes” (pp. 144; 147). O capítulo termina com a acentuada e inesperada subida das tarifas alfandegárias, em Dezembro de 1911 (p. 191), que desencadeou a renegociação de contratos, sem evitar encerramentos e uma certa recomposição do mercado.

É neste contexto que nos é apresentada, no capítulo terceiro, “A hegemonia da CCB: 1912–1914”, a formação, ascensão e queda, no espaço de dois curtos (mas intensos) anos, da Companhia Cinematográfica Brasileira (CCB), fundada em Junho de 1911, que juntou os Ferrez a Francisco Serrador, rapidamente se estabelecendo como um poderoso *trust* na distribuição nacional. Como explica o autor, tratava-se de uma estratégia para ganhar escala tanto nas importações quanto na exploração de um mercado interno largamente por explorar (p. 203). Apesar da resistência de alguns agentes do sector, a CCB impõe-se, oferecendo elevada rentabilidade a parceiros e accionistas. O clima de disputas, internas e externas, cedo provocou fracturas na empresa e a saída de colaboradores para a concorrência (pp. 265; 269; 284). A realidade é a de um sector instável e sem regras, onde se “furavam” acordos de exclusividade e se especulava com os preços dos chamados

“filmes extras” (comercializados à parte como oferta exclusiva e distintiva dos cinemas), ao mesmo tempo que emergia uma “rede internacional de contrabando” que comercializava cópias não autorizadas, recorrendo, inclusive, a “negativos pirata” (p. 257).

O capítulo quarto, “A crise do mercado: 1914–1915”, leva-nos a um momento ainda mais difícil, marcado pela crise económica que assolou o Brasil (queda das exportações, desequilíbrio na balança comercial, aumento da dívida externa, inflação, moratórias que impedem o envio de dinheiro para o estrangeiro, etc.) e o início do Primeira Guerra Mundial, em Julho de 1914. A guerra, como é sabido, provocou a paralisação da produção em França, na Alemanha, e a partir de 1915 (com a entrada desse país no conflito) também em Itália, bem como a desarticulação do mercado cinematográfico europeu, afectando igualmente a neutra Dinamarca, que ocupava um lugar destacado no mercado cinematográfico brasileiro. Fazendo extenso uso do arquivo dos Ferrez, o autor detalha de que forma a descida das receitas e dos lucros, no segundo trimestre de 1914, e crescentes divergências em relação a práticas e opções de negócio provocaram ou agravaram tensões entre os sócios e accionistas da CCB, levando os Ferrez a romper com a companhia em inícios de 1915 (p. 328). O capítulo termina com a chegada ao Rio de Janeiro, nesse mesmo ano, de uma filial da americana Universal, que depressa se tornará na maior fornecedora do mercado brasileiro, dando início, como Luna Freire sugere, a “uma nova fase da distribuição de filmes no Brasil” (p. 356), já fora do escopo deste estudo.

O livro inclui um breve prefácio assinado pela historiadora de cinema Rielle Navitski (Universidade da Geórgia, EUA) e um prólogo, no qual o autor recua às primeiras projecções públicas pagas no Brasil, em 1896, para resumir a história dos primeiros anos do cinematógrafo até às vésperas de 1907. Encontramos ainda um epílogo, onde Luna Freire retoma a cronologia para identificar linhas de continuidade e ruptura e estabelecer ligações quer com outros sectores (como o da produção cinematográfica nacional) quer com tendências ulteriores. Recuperando questões antigas (e persistentes) da historiografia do cinema, o epílogo reitera a importância da distribuição na história do cinema e a necessidade de continuar a desenvolver pesquisas nesta área.

Em suma, *O negócio do filme: A distribuição cinematográfica no Brasil, 1907–1915* é um marco na historiografia do cinema brasileiro e internacional. Estamos perante um trabalho primorosamente escrito, editado e revisto – são raras ou insignificantes as gralhas e o texto flui

com clareza, evitando repetições supérfluas ou formulações rebuscadas. Na elegante versão impressa (de aquisição obrigatória para bibliotecas e bibliófilos), há a lamentar a ausência de um índice remissivo – uma falha compensada pela publicação, em acesso aberto, da versão electrónica (em PDF) do livro, que permite todo o tipo de buscas.¹ Ainda que possam constituir um estorvo aos leitores não-especializados, as longas notas de rodapé são essenciais para se poder compreender o alcance da investigação que está por trás (e dá forma) a esta obra. Efectivamente, é a riqueza das fontes, fornecidas com rigor e tratadas criticamente, que permite ao autor escrutinar muitas das certezas, ideias-feitas e conclusões precipitadas que têm circulado em publicações de todo o tipo, oferecendo, no seu lugar, interpretações mais consistentes e hipóteses de trabalho mais produtivas.

É, por outras palavras, um revisionismo sadio e construtivo que vemos surgir nestas páginas. Luna Freire conhece bem o trabalho de pesquisadores como Paulo Emílio Salles Gomes, Vicente de Paula Araújo, Adhemar e Alice Gonzaga, Randal Johnson e Jean-Claude Bernardet, que lançaram as bases da historiografia do cinema brasileiro, e outros que se lhes seguiram, como José Inácio de Melo Souza, Carlos Roberto de Souza e, mais recentemente (sem pretender ser exaustiva), Luciana Corrêa de Araújo, Alice Dubina Trusz, William Condé, ou Pedro Butcher. O autor dialoga com estes trabalhos ao longo do livro, revisitando assuntos polémicos ou estruturantes da historiografia do cinema brasileiro, tais como a “bela época do cinema brasileiro”, o “dia do cinema brasileiro”, as singularidades dos filmes cantantes no Brasil, os usos (equívocos) dos primeiros seriados, a relação entre cinema ambulante e salas fixas, o lugar da produção nacional (incluindo a cavação) na distribuição e exibição, entre muitos outros.

Em linha com o melhor que se tem feito nesta área, nem só de cinema, aqui, se fala para se falar de cinema. Luna Freire incorpora na análise acontecimentos marcantes da história social e cultural do Brasil. É o caso das reformas de Francisco Pereira Passos (1902-1906), que talharam avenidas e *boulevards* à custa da expulsão e segregação dos habitantes mais pobres do Rio de Janeiro, sobretudo afrodescendentes. A abertura, nos novos eixos urbanos, de salas de cinema fixas fez parte desse

¹O livro pode ser descarregado na íntegra em: <https://mam.rio/cinamateca/o-negocio-do-filme/> (último acesso a 8 de Agosto de 2024).

processo de transformação da cidade a que hoje chamaríamos ‘gentrificação’. A literatura, o teatro e o jornalismo recebem igual atenção, não na forma de apontamento superficial sobre “intermedialidade”, mas como um campo social concreto e dinâmico onde diferentes actores sociais – escritores, encenadores, jornalistas, caricaturistas – interagem com o campo cinematográfico. O protagonismo dos Ferrez (representantes da Pathé) também não dispensa a presença de outros representantes das grandes fábricas de cinema. Tal como os Ferrez, são, na sua maioria, *imigrantes*: os italianos Jácomo Rosário Staffa (representante das produtoras Itala, Ambrosio, Nordisk) e Alberto Sestini (Cines, Biograph), os franceses Joseph Florentin Lèbre/ José Florentino Lebre (Gaumont) e Jules Blum (Éclair), entre outros. A estes juntam-se exibidores (ambulantes e fixos) – o português Arnaldo Gomes de Souza, o francês Édouard Hervet, o catalão José Tous Roca, o italiano Vittorio di Maio, o espanhol Francisco Serrador – e agentes locais, como o italiano Onofrio Mazza e o francês Louis Aubert, ambos sediados em Paris. Neste vívido quadro de imbricadas relações (profissionais, sociais e pessoais), em que o “personalismo” (p. 366) marcava os negócios conduzidos, maioritariamente, por homens europeus ou de ascendência europeia, sobressaem alguns afrodescendentes de renome (Lima Barreto, Pixinguinha) e um par de mulheres “revisoras” desconhecidas (p. 370), operando em lugares marginais ou subalternos. São lacunas que o autor reconhece e que urge colmatar com mais investigação.

Fiel ao material empírico que trabalha, o livro tem como foco os estados do Rio de Janeiro, que Luna Freire tem pesquisado abundantemente, e São Paulo. Ambos eram, à época, “a principal via de entrada de filmes trazidos para o Brasil” (p. 362). As restantes regiões do Brasil não são ignoradas: o autor assinala a importância das “redes policêntricas” (p. 362), sobre as quais ainda faltam estudos. É com agilidade que atravessa diferentes escalas, seja explorando perspectivas locais e regionais, seja fazendo referência a especificidades nacionais – como as salas de espera dos cinemas brasileiros (pp. 288-89) ou o inusitado sucesso do Kinetophone (p. 309). O que acontece à escala internacional ou transnacional é igualmente considerado. Fica claro, por exemplo, que o negócio dos Ferrez ia ao encontro da estratégia de expansão mundial da Pathé (p. 33), acompanhando o avanço e a consolidação do capitalismo global. Como o autor sublinha, a estratégia internacionalista foi determinante para que os Ferrez se tornassem os “maiores empresários do emergente ramo cinematográfico na capital federal”, permitindo-lhes

ingressar na categoria de “capitalistas, banqueiros, proprietários e pessoas ricas” do Rio de Janeiro (p. 40). Tanto nos temas e objectos de estudo quanto nos métodos, *O negócio do filme* aproxima-se, pois, de uma historiografia transnacional e “conectada”, que, através do recurso a arquivos locais dispersos e colaborações internacionais – plenamente justificadas pelo carácter móvel da distribuição –, acaba por representar um contributo original para uma história global do cinema ainda em construção.

O facto de o livro resultar de uma parceria entre a Cinemateca do MAM e o Programa de Pós-Graduação em Cinema e Audiovisual (PPGCine) da UFF merece um último destaque: pesquisas como esta só são possíveis graças ao “trabalho de formiguinha” que pessoas como Hernani Heffner têm desenvolvido na Cinemateca do MAM – veja-se a entrevista ao então conservador-chefe publicada na *Aniki* (Blank 2016). Se a isto juntarmos a generosidade com que esta instituição há vários anos acolhe investigadores de toda a parte (incluindo a autora desta recensão), conseguiremos vislumbrar um futuro promissor para esta nova linha editorial, que contou com o apoio, neste primeiro volume, do Ministério do Turismo, da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro e da Secretaria Municipal de Cultura. Que a estes se possam associar outros apoios e sinergias para que esta história possa continuar a ser construída, escrita e divulgada.

Referências

- Blank, Thais. 2016. “‘É trabalho de formiguinha’: Hernani Heffner, conservação e preservação na Cinemateca do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro”. *Aniki: Revista Portuguesa da Imagem em Movimento* 3(2): 334-355. <https://doi.org/10.14591/aniki.v3n2.248>.
- Farge, Arlette. 1989. *Le goût de l'archive*. Paris: Le Seuil.