

Empreza de Films d'Arte Portuguesa, una distribuidora a la conquista de Brasil

Elena Cordero Hoyo *

Resumen: En este artículo me propongo analizar la distribución y exhibición del cine silente portugués en Brasil de la mano de la Empresa de Films d'Arte Portuguesa, una compañía compuesta por varios capitalistas que, en 1925, unieron sus esfuerzos y realizaron una fuerte inversión con el objetivo de dar a conocer la producción portuguesa en el mercado brasileño. Aquí presento las primeras hipótesis de una investigación en desarrollo, que cruza puntualmente con la vida y obra de Virgínia de Castro e Almeida, escritora portuguesa y productora de cine a principios de los años veinte. Sus dos únicos largometrajes de ficción, *Sereia de Pedra* (1922) y *Os Olhos da Alma* (1923), fueron dos de los principales atractivos del programa portugués presentado en las pantallas brasileñas en 1925.

Palabras clave: distribución cinematográfica, Brasil, cine portugués, Empresa de Films d'Arte Portuguesa, Virgínia de Castro e Almeida.

Empreza de Films d'Arte Portuguesa, a distributing company conquering Brazil

Abstract: This article analyzes the distribution and exhibition of silent Portuguese cinema in Brazil at the hands of the Empresa de Films d'Arte Portuguesa, a company established in 1925 by several capitalists with the objective of presenting Portuguese productions in the Brazilian market. Here, I present the first hypotheses of my research on the Empresa de Films d'Arte Portuguesa which, occasionally, crosses with the life and work of Virgínia de Castro e Almeida, Portuguese writer and cinema producer at the beginning of the twenties. Her only two feature films, *Sereia de Pedra* (1922) and *Os Olhos da Alma* (1923), were two of the main attractions of the Portuguese program presented at the Brazilian screens in 1925.

Keywords: film distribution, Brazil, Portuguese cinema, Empresa de Films d'Arte Portuguesa, Virgínia de Castro e Almeida.

Empreza de Films d'Arte Portuguesa, uma distribuidora à conquista do Brasil

Resumo: Neste artigo proponho-me analisar a distribuição e exibição do cinema mudo português no Brasil pela Empresa de Films d'Arte Portuguesa, uma empresa composta por vários capitalistas que, em 1925, uniram os seus esforços e realizaram um forte investimento com o objetivo de dar a conhecer a produção portuguesa no mercado brasileiro. Aqui apresento as primeiras hipóteses de uma pesquisa em desenvolvimento que se cruza pontualmente com a vida e a obra de Virgínia de Castro e Almeida, escritora portuguesa e produtora de cinema no início dos anos vinte. As suas duas únicas longas-metragens de ficção, *Sereia de Pedra* (1922) e *Os Olhos da Alma* (1923) foram dois dos principais focos do programa português exibidos nas telas brasileiras em 1925.

Palavras chave: distribuição cinematográfica, Brasil, cine português, Empresa de Films d'Arte Portuguesa, Virgínia de Castro e Almeida.

Introducción

En 1925, se creó la Empresa de Films d'Arte Portuguesa Limitada, una distribuidora cinematográfica formada por varios empresarios de Oporto que decidieron invertir importantes sumas de capital para exhibir un ambicioso programa portugués en las pantallas brasileñas. A falta de documentación sobre la compañía, a excepción de un somero texto de Manuel Deniz Silva, la principal fuente de información sobre la formación, objetivos y *modus operandi* de la distribuidora han sido los artículos y anuncios publicados en la prensa periódica brasileña y las cartas escritas por la escritora y productora Virgínia de Castro e Almeida a sus hijos.

En las cartas, Almeida relata sus encuentros con los miembros de la compañía y las ofertas que recibe para ceder los derechos de explotación de películas producidas por su empresa, Fortuna Films. Al ser un documento tan subjetivo, la información será tratada con cautela. Sin embargo, las dificultades intrínsecas a la falta de documentación del periodo y las metodologías de los estudios fílmicos feministas nos enseñan a valorar estas fuentes personales anteriormente despreciadas.¹ En este caso concreto, consideramos que pueden aportar una información privilegiada sobre el proceso de negociación de la compra de derechos de estas películas portuguesas en los años veinte y cómo, desde Portugal, se había idealizado el mercado de exhibición brasileño como un negocio altamente lucrativo.

Consideramos destacable resaltar la falta de información relativa a la Empresa de Films d'Arte Portuguesa en las historias del cine portugués. Esto puede ser debido a que su actividad en Portugal fue escasa y a que operaron durante un corto periodo considerado la decadencia de la producción portuguesa de cine mudo.² Sin embargo,

¹ BEAN, Jennifer M. "Introduction. Toward a Feminist Historiography of Early Cinema". En: Bean, Jennifer M. y Diane Negra. *A Feminist Reader in Early Cinema*. Durham y Londres: Duke University Press, 2002, p. 3.

² BAPTISTA, Tiago. "Franceses típicamente portugueses". En: Baptista, Tiago (org.). *Lion, Mariaud, Pallu*, Lisboa: Cinemateca Portuguesa, 2003, pp. 94-96.

pocas iniciativas de distribución de películas portuguesas se realizaron con semejante determinación, esfuerzo económico y cantidad de películas como la realizada por la Films d'Arte Portuguesa.

1925, el año del desembarco

Folleto de la Empresa de Films d'Arte Portuguesa en Brasil. Fuente: Biblioteca Nacional Portuguesa, Área de Música

En los años veinte, en Brasil el 85% de las películas que se exhibían eran realizadas en los Estados Unidos, convirtiéndose en el tercer mercado internacional por detrás de Australia y Argentina.³ Desde finales de la Primera Guerra Mundial, las *majors* estadounidenses habían abierto oficinas en las principales ciudades brasileñas (San

³ SOUZA, Carlos Roberto de y Suzana Reck Miranda. “O início do cinema sonoro no Brasil e os (en)cantos da língua”. En: Gil Mariño, Cecilia Nuria y Laura Miranda (eds.). *Identity Mediations in Latin American Cinema and Beyond: Culture, Music and Transnational Discourses*. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing, 2019, p. 77.

Pablo y Río de Janeiro) y dentro de “un mercado aun desorganizado y carente de producto abundante para desarrollar, (...) impusieron las reglas de funcionamiento y disciplinaron el comercio cinematográfico brasileño”, como apuntan Carlos Roberto Souza y Suzana Reck Miranda en su estudio sobre la distribución del film portugués sonoro *A Severa* (Portugal, Leitão de Barros, 1931). El dominio absoluto del cine “*made in Hollywood*” dejaba poco espacio para una tímida cinematografía con poca proyección internacional como era la portuguesa.

El año 1925 es considerado por la historia del cine portugués como un “ano zero” (año cero) refiriéndose a la nula producción de largometrajes narrativos de ficción durante ese año.⁴ Sin embargo, fue un año excepcional en términos de distribución y relación con el importante mercado cultural de Brasil, ya que la Empresa de Films d'Arte Portuguesa desembarcó en el país con 18 películas (entre largometrajes de ficción, vistas panorámicas y cortometrajes de actualidad) para exhibir. Ese año Portugal representó (sumándole otras dos producciones portuguesas exhibidas y distribuidas por otra compañía) el 1,6% de la cuota de pantalla, un logro que no se repetiría en los años sucesivos.⁵ Esta paradoja levanta cuestiones de carácter historiográfico sobre cómo el largometraje de ficción ha sido, hasta ahora, el único formato considerado reseñable, obviando otros como el cortometraje, el documental o la película *amateur*; así como la hegemonía del estudio sobre la producción, en detrimento del resto de procesos involucrados en la industria y cultura cinematográficas.⁶

Como describía el periódico brasileño *Cinearte* al año siguiente, la iniciativa comercial de la Empresa de Films d'Arte “fue una importación al por mayor; por lo que vino, apuesto a que este año no aparecerá una única [película]”.⁷ La premonición del

⁴ RIBEIRO, M. Félix. *Filmes, figuras e factos do cinema português, 1896-1949*, Lisboa: Cinemateca Portuguesa, 1983, p. 215.

⁵ De las 20 películas portuguesas censuradas en Rio de Janeiro en el año 1925, se pasó a cinco en 1926 y 1927 y a siete en 1928. BUTCHER, Pedro. *Hollywood e o mercado cinematográfico brasileiro. Princípio(s) de uma hegemonia*. Niterói: Universidad Federal Fluminense, 2019, p. 106.

⁶ Paulo Cunha pone en cuestión el término “ano zero” usado en la historia del cine portugués refiriéndose al año 1955 en CUNHA, Paulo. “Para uma história das histórias do cinema português”, *Aniki*, vol. 3, n. 1, 2016, p. 36.

⁷ Las actas de censura del año 1925 relatan que se sometieron a juicio 1.274 películas, de las cuales 1.065 venían de los Estados Unidos (80,3%); 85 de Francia (6,6%); 52 de Brasil (4%); 24 de Alemania

periodista de *Cinearte* parecía basada en la evidencia de que, hasta ese año, las exhibiciones de los largometrajes de ficción portugueses en las pantallas brasileñas habían sido escasas, irregulares y con atraso respecto al año de producción. Algunos ejemplos habrían sido *Os Crimes de Diogo Alves* (Portugal, João Tavares, 1911), *As Aventuras de Frei Bonifácio* (Portugal, Georges Pallu, 1918), *O Condenado* (Portugal, Mario Huguin y Afonso Gaio, 1921), *Amor de Perdição* (Portugal, Georges Pallu, 1921) y *O Primo Basílio* (Portugal, Georges Pallu, 1923). Atendiendo a la distribución de largometrajes de ficción, las relaciones cinematográficas entre ambos países no eran fluidas ya que, en esa época, ni siquiera se veían beneficiados por la proximidad lingüística que, más adelante, facilitaría los intercambios entre los dos mercados.

Por el contrario, es probable que los noticiarios de actualidad y vistas panorámicas portuguesas se distribuyeran con regularidad en Brasil, donde, debido al pasado colonial y al número de inmigrantes portugueses, las novedades políticas relativas a la monarquía, la revolución o la participación portuguesa en la Primera Guerra Mundial podían suscitar un gran interés.⁸ Como apunta Pedro Butcher en su tesis sobre la hegemonía de Hollywood en el mercado cinematográfico brasileño, “la ascensión del *feature* y su cristalización en forma de largometraje narrativo de ficción se toma como una evolución natural del cine”.⁹ Obedece, principalmente, a estrategias comerciales de Hollywood en las que se buscaba desbancar otras opciones y formatos más cortos y baratos y construir un discurso que asociase las grandes inversiones en la producción con la calidad y el lujo.

(1,9%); 20 de Portugal (1,6%); 19 de Italia (1,5%); 5 de Suiza; 2 de Austria; 1 de Dinamarca y 1 de Inglaterra. “Alguns dados estatísticos”, *Cinearte*, n. 26, 25 de agosto de 1926, p.5. “foi uma importação por atacado; a apostar pela que veio no anno corrente não aparecerá um só” [mi traducción].

⁸ Si atendemos a los estrenos con origen en Portugal que aparecen en el buscador digital de la Revista Mnemocine durante el periodo mudo, la inmensa mayoría se refieren a noticiarios cinematográficos y vistas panorámicas y costumbristas en detrimento de un escaso número de largometrajes de ficción. Sin embargo y, a pesar de su utilidad, el buscador no resulta totalmente fiable ya que hemos identificado varios títulos estrenados en las pantallas brasileñas que no aparecen en el buscador, así como errores en las fechas de estreno. <http://www.mnemocine.com.br>. [Acceso: 31 de agosto de 2020].

⁹ BUTCHER, *op. cit.*, p. 213. “[a] ascensão do feature e a sua cristalização na forma de “longametragem narrativo de ficção” é tomada como uma “evolução” natural do cinema”.

De esta forma, la campaña de promoción de la Empresa de Films d'Arte Portuguesa apunta en la misma dirección al anunciar que ha adquirido “las super-producciones de la industria cinematográfica portuguesa, que consideró dignas de ser exhibidas en el extranjero”, dando a entender implícitamente que quedaron fuera de la selección aquellas producciones que no cumplían requisitos mínimos de calidad.¹⁰ Como observa Deniz Silva, la propia elección de concepto Film d'Arte en el nombre de la empresa indica su apuesta por “presentar esas producciones como obras de elevado prestigio cultural (...) que traducía una voluntad de legitimar el cine a través de su asociación con la literatura, el teatro y la música”.¹¹

La Empresa de Films d'Arte Portuguesa, una iniciativa estratégica

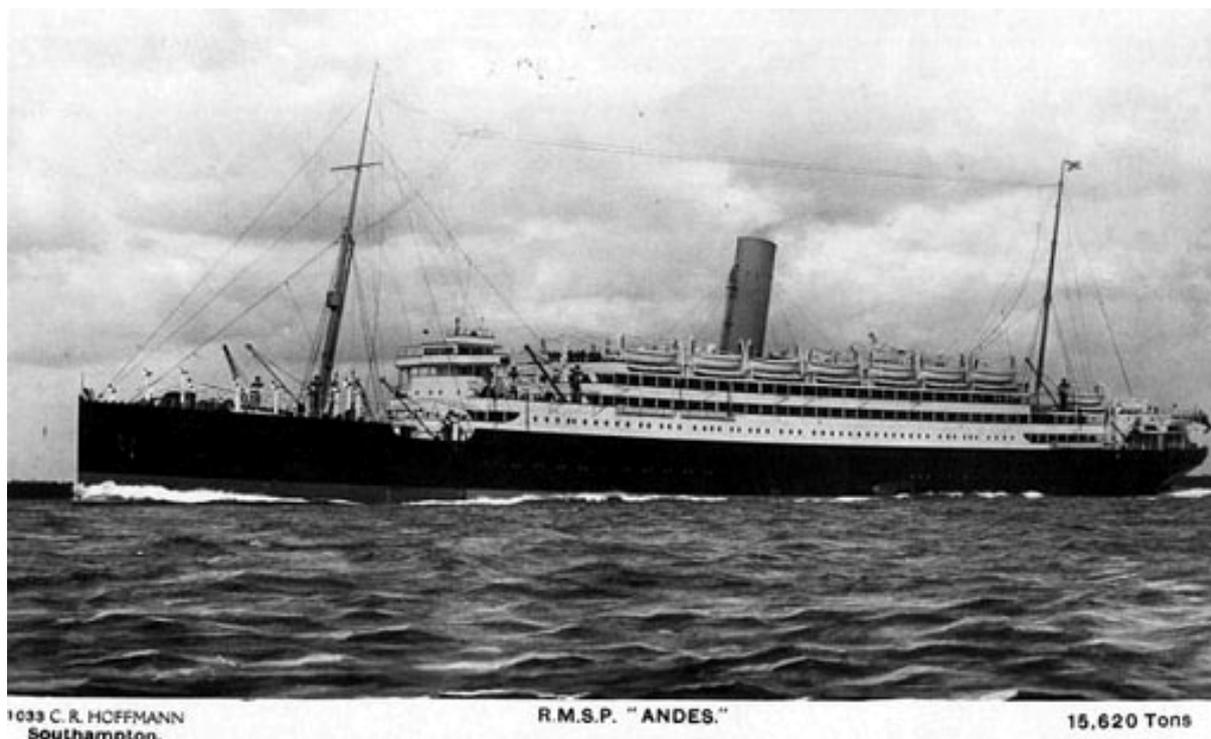
La Empresa de Films d'Arte Portuguesa Limitada tenía oficinas en Oporto (Galeria de Paris, 82) y en Río de Janeiro (Rua 7 de Setembro, 111, 2º). Sus administradores delegados eran los señores Aurélio Rocha Brito y Francisco Pereira Lemos que llegaron a Brasil en el segundo trimestre de 1925 en el barco *Andes* con el objetivo de encargarse *in situ* de la distribución de “la mejor producción de la industria cinematográfica de Portugal”.¹² Aparte de los delegados, la empresa estaba compuesta, al menos, por los capitalistas Arnaldo Miranda Guimarães (socio-gerente de las casas Wandsheider C^a Ltea y Weber e C^a en Oporto), Raul Monteiro Guimarães (Moagens y *Diario de Noticias*, con oficina en París), Carlos Malheiro Dias (escritor con lazos familiares con Brasil por parte de madre) y José Loureiro (empresario y propietario de teatros y productor de cine en Río de Janeiro).¹³

¹⁰ “Portugal no Brasil”, *Jornal do Brasil*, n. 112, 10 de mayo de 1925, p. 11. “Esta empresa adquiriu as super-produções da industria cinematographica portuguesa, que considerou dignas de serem exibidas no estrangeiro e propoz-se a apresental-as em todas as cidades do Brasil.”

¹¹ DENIZ SILVA, Manuel. “Para que mais ressaltassem todas as scenas do emocionante drama: a música de António Tomás de Lima (1887-1950) para o filme *Os Lobos*”. En: *Rino Lupo. Mulheres da Beira. Os Lobos*. Lisboa: Cinemateca Portuguesa- Museu do Cinema, 2017, p. 29. [DVD folleto] “[A]postavam na apresentação dessas produções enquanto obras de elevado prestigio cultural (...) que traduzia uma vontade de legitimar o cinema através da sua associação com a literatura, o teatro e a música”.

¹² “Os cartazes e a música”, *Jornal do Brasil*, n. 112, 10 de mayo de 1925, p. 11.

¹³ “Portugal no Brasil”, *op. cit.*, p. 11.



Barco Andes de la Royal Mail Steam Packet Company, Federación Regional de Asociaciones Españolas. Fuente: <https://www.federacionespanola.com.ar>

Los doce largometrajes de ficción portugueses inicialmente escogidos para su estreno en las pantallas brasileñas fueron: *Claudia* (Portugal, George Pallu, 1923, Invicta Film), *O Fado* (Portugal, Maurice Mariaud, 1923, Pátria Film), *O Faroleiro da Torre de Bugio* (Portugal, Maurice Mariaud, 1922, Caldevilla Film), *Os Lobos* (Portugal, Rino Lupo, 1923, Iberia Film), *Lucros... Ilícitos* (Portugal, George Pallu, 1923, Invicta Film), *O Mais Forte!* (Portugal, George Pallu, 1919, Invicta Film), *A Morgadinha de Val-Flor* (Portugal, Augusto de Mello, 1923, Braga Film y Lisboa Film), *Mulheres da Beira* (Portugal, Rino Lupo, 1922, Invicta Film), *Os Olhos da Alma* (Portugal, Roger Lion, 1923, Fortuna Films), *As Pupilas do Sr. Reitor* (Portugal, Maurice Mariaud, 1924, Caldevilla Film), *Sereia de Pedra* (Portugal, Roger Lion, 1923, Fortuna Films) y *Tempestades da Vida* (Portugal, Augusto de Lacerda, 1923, Invicta Film).¹⁴ La inversión realizada por el coste

¹⁴ Desconozco el motivo por el cual, de las 12 películas planeadas en un inicio en el programa, se pasa a 18 películas exportadas por la Empresa de Films d'Arte Portuguesa como consta en el informe de censura del año siguiente. Mi hipótesis es que en el informe se deben contar los cortometrajes de vistas panorámicas y las actualidades, a parte de los largometrajes de ficción. Sin embargo, a falta de un informe detallado con los títulos de las películas, no es posible sacar conclusiones. "Censura das Casas de Diversões. Censura cinematographica", *Vida policial*, n. 48, 6 de febrero de 1926, p. 33.

de compra de las citadas producciones fue considerable, anunciándose en el folleto promocional y en la prensa brasileña que la inversión original ascendía al menos a seis millones de escudos.¹⁵ La compañía no podía escatimar en gastos si quería cumplir el ambicioso proyecto que habían diseñado.

De esta forma, los programas de exhibición ofrecían, aparte de los citados largometrajes, una colección de vistas panorámicas de los paisajes de Portugal como ciudades, catedrales, castillos, monumentos y museos, así como escenas de la cultura tradicional (procesiones religiosas, ferias, mercados; y ejercicios militares), añadiendo algunas actualidades portuguesas.¹⁶ Asimismo, el proyecto contaba con bandas sonoras originales compuestas para cada largometraje por algunos de los más reputados compositores portugueses, y actuaciones de fado o música popular en los momentos de espera anteriores a la película. Finalmente, se encargaron nuevos carteles publicitarios a algunos de los más importantes diseñadores portugueses del momento como Américo da Silva Amarelhe, Stuart de Carvalhais, Jorge Barradas, Augusto Pina, Eduardo Reis o Balthazar Rodrigues, formando una colección de gran valor que también rentabilizarían culturalmente realizando una exposición en el salón de la Associação Portuguesa B.M. Luiz de Camões.¹⁷

Esta iniciativa se presentó en la prensa como un empeño de la Empresa de Films d'Arte Portuguesa por presentar las obras primas portuguesas “en condiciones de paridad con las grandes empresas mundiales”.¹⁸ Como continuaba resaltando *Jornal do Brasil*, la colección de carteles artísticos “representa el mayor y más dispendioso

¹⁵ “Os cartazes e a música”, *op. cit.*, p. 11.

¹⁶ DENIZ SILVA, *op. cit.*, p. 26.

¹⁷ “Associação Portuguesa B. M. Luiz de Camões”, *O Social*, n. 402, 15 de agosto de 1925, p. 7. No sería de extrañar que este fuese sólo uno de los locales en los que se presentó la exposición pudiendo circularla por otras asociaciones o centros de la comunidad portuguesa en Brasil.

¹⁸ “Os cartazes e a música”, *op. cit.*, p. 11. “Não se limitou a Empresa de Films d'Arte a adquirir toda a melhor produção da industria cinematographica de Portugal, cujo cuso original não é exagero calcular em mais de 6 milhões de escudos. Empenhou-se em apresentar essas obras primas em condições de paridade com as grandes empresas mundiaes. (...) Essa correção [sic.] de cartazes artisticos, que opportunamente será exposta ao publico, representa o maior e dispendioso esforço que até hoje se aventurou uma empresa portuguesa”.

esfuerzo en el que se ha aventurado una empresa portuguesa hasta hoy”. Es probable que este ejercicio de alarde económico por parte de la empresa se tratase, además, de una demostración de fuerza y un reclamo publicitario con el intento de que la cinematografía portuguesa tuviese una apariencia semejante a las más potentes industrias mundiales y asociar el nombre de la distribuidora a conceptos como “lujo” o “calidad”. Los objetivos anunciados por la empresa distribuidora eran dar a conocer “no solo las bellezas naturales y arquitectónicas de Portugal, como sus costumbres más pintorescas y tradicionales”¹⁹ al público brasileño, pero, sobre todo, atraer a la comunidad portuguesa al cine en un ejercicio de nostalgia por sus orígenes.

En 1920 la colonia de portugueses en Brasil contaba con aproximadamente 430.000 individuos y estaba sobre todo situada en las regiones de San Pablo y Río de Janeiro (donde suponían el 20,14% y 14,88% de los extranjeros respectivamente).²⁰ Asimismo, según un exhaustivo estudio realizado por Ana Silvia Volpi Scott, entre 1910 y 1929 los portugueses fueron la nacionalidad mayoritaria de los inmigrantes que entraron por San Pablo (el principal puerto migratorio del país) ascendiendo a un número aproximado de 250 mil personas, de las cuales, algo menos de la mitad entró en la década de los veinte, convirtiéndose en la segunda década que más inmigración portuguesa recibió desde 1890 a 1949.²¹ Además, el perfil mayoritario del inmigrante portugués (algo superior al 50%) era el del hombre soltero, analfabeto y católico que acabaría dedicado a la agricultura o al comercio en torno a los grandes centros urbanos.²² De esta forma, se aseguraban un público numeroso y deseoso de reencontrarse con su tierra y sus relatos mediante la imagen proyectada.

¹⁹ MACHADO, Aureliano. “Novidades na tela. Films Portuguezes”. *A Scena Muda*, n. 218, 28 de mayo de 1925, p. 5. “não sómente as bellezas naturaes e architectonicas de Portugal como seus costumes mais pittorescos e tradicionais”

²⁰ OLIVEIRA, Carla Mary S. “O Rio de Janeiro da Primeira República e a imigração portuguesa: panorama histórico”, *Revista do Arquivo Geral da Cidade do Rio de Janeiro*, n. 3, 2009, p. 164. VOLPI SCOTT, Ana Silvia. “As duas faces da imigração portuguesa para o Brasil (décadas de 1820-1930)”. En: Pérez Moreda, Vicente y Blanca Sánchez Alonso (orgs.). *Congreso de Historia Económica de Zaragoza*, 2001, p. 14. Disponible en: <https://www.aehe.es/wp-content/uploads/2001/10/volpiscott.pdf> [Acceso: 31 de agosto de 2020].

²¹ VOLPI SCOTT, *op. cit.*

²² *Ibid.*



Fotogramas de las películas *Mulheres da Beira* (Portugal, Rino Lupo, 1922, Invicta Film) y *Os Lobos* (Portugal, Rino Lupo, 1923, Iberia Film).

El estudio de María Soliña Barreiro González sobre las películas de no-ficción para inmigrantes gallegos concluye que éstas debían cumplir la doble función de no traicionar la memoria de los emigrados y de no comprometer sus posibilidades de retorno, mostrando un paisaje mítico, inmutable y reconocible que representase a la madre patria.²³ En el caso de las películas de ficción para la comunidad portuguesa en Brasil, los objetivos parecían ser otros. Por un lado, tenían la intención de mostrar las competencias técnicas y artísticas de la esperada industria portuguesa en Brasil y, por otro, mostrar el pasado histórico de Portugal para despertar un sentimiento de orgullo, patriotismo y amor por la “raza común” de portugueses y brasileños.²⁴ De hecho, la publicidad realizada para *Mulheres da Beira* en junio de 1925 interpelaba directamente al público brasileño para que asistiera a ver la película. La Empresa de Films d'Arte Portuguesa esperaba atraer a las salas de exhibición “no sólo a toda la colonia portuguesa, sino también a la culta sociedad brasileña porque los romances que presentan personajes y costumbres de Lusitania interesan igualmente a las dos patrias hermanas”.²⁵

Las negociaciones con Fortuna Films

Como explica Tiago Baptista, la Primera República Portuguesa (1910-1926) fue un proyecto político que buscó la definición nacional de Portugal como un estado moderno, usando el arte y la educación para esos fines.²⁶ Para crear, desarrollar y apoyar los ideales patriotas, los gobernantes impulsaron que todas las formas culturales contribuyeran a definir “el alma del país” y promocionar “la cultura típica portuguesa”. A pesar de que el gobierno de la Primera República no entendió

²³ BARREIRO-GONZÁLEZ, María Soliña. “The mother awaits: Woman and landscape in Galicia non-fiction cinema”. En: Cordero-Hoyo, Elena y Begoña Soto-Vázquez (eds.). *Women in Iberian Filmic Culture*. Bristol y Chicago: Intellect, 2020, p. 177.

²⁴ “A semana portuguesa”, *Jornal do Brasil*, n. 131, 2 de junio de 1925, p. 21.

²⁵ “A arte muda. Cinegraphics”, *Gazeta de Notícias*, n. 144, 18 de junio de 1925, p. 6. “Mulheres da Beira’, deverá levar aos cinemas exibidores, não só toda a colonia portuguesa, mas também a culta sociedade brasileira porque os romances que apresentam typos e costumes da luzitania interessam igualmente, ás duas patrias irmãs.”

²⁶ BAPTISTA, “Cinema e política na Primeira República”, *Congresso Histórico Internacional: I República e Republicanismo*. Lisboa: Cinemateca Portuguesa y FCSH-UNL, 2010.

rápida su potencial propagandístico, fue tras su implantación cuando se inició la producción continuada de largometrajes de ficción portugueses. Caldevilla Film, Fortuna Films, Invicta Film y Pátria Film fueron las cuatro principales productoras responsables por prácticamente toda la producción de ficción muda desde 1918 hasta 1925, en un periodo que se ha denominado como “cine portugués realizado por extranjeros”.²⁷



Retrato de Virgínia de Castro e Almeida. Fuente: “Pela terra e pelo ar”, *O Jornal da Mulher*, 1911. En: mulheresilustres.blogspot.com

En 1922, la escritora portuguesa de orígenes aristocráticos radicada en París, Virgínia de Castro e Almeida, mostró su interés en el cine como patrocinadora y promotora cultural y creó un premio cinematográfico al que denominó Prix de Castro. El premio consistió en la suma de 5.000 francos atribuidos al mejor largometraje francés del año y

recayó sobre la película *Jocelyn* (Francia, M. Léon Poirier, 1922).²⁸ Su decisión fue duramente criticada por parte de la prensa portuguesa que acusó la iniciativa de poco patriótica, ya que consideraba que la cinematografía francesa no necesitaba incentivos, al contrario de la portuguesa.²⁹

²⁷ RAMOS, Rui. “Os Olhos da Nação: o ‘cinema feito por estrangeiros’ e o ‘reaportuguesamento de Portugal’ (1918-1925)”. En: Baptista, Tiago (org.). *Lion, Mariaud Pallu, franceses típicamente portugueses*, Lisboa: Cinemateca Portuguesa, 2003, pp. 99-123.

²⁸ R. L. “Jocelyn de Léon Poirier reçoit le prix de Castro”, *Le Petit journal*, n. 21.981, 23 de marzo de 1923, p. 4.

²⁹ RIBEIRO, Félix M. *Filmes, Figuras e Factos da História do Cinema Português (1896-1949)*. Lisboa: Cinemateca Portuguesa, 1983, p. 202.

No era la primera vez que Almeida mostraba interés por el cine y sus efectos en el espectador. Ocho años antes de crear el premio, Almeida había publicado una columna en *A Capital* en la que reflexionaba sobre la capacidad de sugestión del cine y de cómo se podría sacar provecho de éste “como elemento de enseñanza y de moralización por medio de películas que son lecciones de cosas y otras que muestran los abismos donde el vicio puede llevar a sus víctimas”.³⁰ En el texto, escribió sobre la experiencia en la “sala oscura del cine (donde la atmósfera viciada por el humo y la respiración de cientos de espectadores ya, por sí, es venenosa)” y donde “un público heterogéneo, con todas sus facultades de sensibilidad e inteligencia presas a la pantalla iluminada, ven desfilan la serie de dramas emocionantes o farsas ridículas”.³¹ Asimismo, expresó su miedo a que, a pesar de que las películas tuvieran un fin moralizador, el público, constituido principalmente por analfabetos, no pudiera entender el concepto y quedara asombrado con las tentaciones del dinero, la seducción y el crimen.

Por esta razón, en 1922, Virgínia de Castro e Almeida decidió invertir su capital, contando con sus hijos y las aportaciones de una serie de conocidos, para la creación de una productora cinematográfica que bautizó como Fortuna Films. El propósito era:

[M]ostrar a las naciones extranjeras, por medio del cine que es hoy el elemento más poderoso de propaganda, las bellezas naturales de Portugal, sus monumentos y las costumbres de su pueblo, cosas en general poco conocidas e, infelizmente, a veces hasta calumniadas.³²

³⁰ ALMEIDA, Virgínia de Castro e. “Cinematographos”, *A Capital*, n. 1384, 10 de junio de 1914, p. 1. “Poder de sugestão aproveitado como elemento de ensino e de moralisação por meio de fitas que são lições de coisas o outras que mostram os abismos onde o vicio pode levar as suas victimas”.

³¹ *Ibid.* “Nas salas escuras (onde a atmospheria viciada pelo fumo e pela respiração, de centenas de espectadores já por si constitue um envenenamento), um publico heterogeneo, com todas as suas facultades de sensibilidade e de intelligencia presas á tela iluminada, vê desfilan a serie de dramas emocionantes ou de farças ridiculas”.

³² ALMEIDA, Virgínia de Castro e. *Os Olhos da Alma, Romance (com as fotografias do film)*, Rio de Janeiro: Edição do Anuario do Brasil, 1925, p. 7-8. “Mostrar às nações estrangeiras, por meio do cinema que é hoje o mais poderoso elemento de propaganda, as bellezas naturaes de Portugal, os seus monumentos e os costumes do seu povo, coisas em geral pouco conhecidas e, infelizmente, por vezes até calumniadas”

De esta forma, su objetivo era hacer promoción de la cultura portuguesa dentro y fuera de las fronteras. Colocándose como uno de los primeros ejemplos de internacionalización de la producción cinematográfica portuguesa, la productora estableció oficinas en París y Lisboa y contrató un equipo técnico y artístico con algunas figuras portuguesas, pero mayoritariamente francés, incluyendo al director Roger Lion. Acreditada como argumentista, productora, y en algunos casos como directora artística, Almeida produjo dos dramas costumbristas: *Sereia de Pedra* y *Os Olhos da Alma*.



Fotografía de la película *Sereia de Pedra* y cartel de *Os Olhos da Alma* (Portugal, Roger Lion, 1922 y 1923, Fortuna Films). Fuente: *Ilustração Portuguesa*, 15 de septiembre de 1923 en CUNHA, Paulo. “Tragédias e ressurreições da Sereia de Pedra”, *À Pala de Walsh*, 8 de enero de 2018 y RIBEIRO, *op. cit.*, p. 206.

Desde el comienzo de su iniciativa como productora cinematográfica, Almeida y el resto de los inversores de Fortuna Films tuvieron en mente la idea de exportar su producción a Brasil y exhibir allí sus películas, idealizando la posibilidad como un negocio altamente lucrativo. En 1924, la empresa incluso comenzó los preparativos de publicidad encargando carteles, fotografías promocionales e intertítulos en

portugués (los originales estaban en francés) para el mercado brasileño.³³ Almeida había planeado un viaje al otro lado del Atlántico con la idea de vender las producciones de Fortuna Films y, al mismo tiempo, ganar dinero como conferenciante en su labor de intelectual y escritora reconocida.³⁴ No obstante, a pesar de seguir con negociaciones de venta en Río de Janeiro, a finales de 1924 comenzó a desistir de la idea de partir ese año. Aunque estaba convencida de que iba “a ganar allí bastante dinero”, también era consciente de que exigía una fuerte inversión y preparación “para partir con todas las probabilidades de éxito”.³⁵

En enero de 1925, recibió en París, donde residía y trabajaba por temporadas, varias visitas de los delegados de la Empresa de Films d'Arte Portuguesa, Aurélio Rocha Brito y Arnaldo Miranda Guimarães, para negociar la compra de las producciones de Fortuna Films. Como parte de las presiones recibidas, había recibido un escrito por parte de Malheiro Dias asegurándole que sus películas sólo podrían tener valor, si se las entregase a la empresa distribuidora.³⁶ Asimismo, Almeida consideraba que, si la iniciativa de la Empresa de Films d'Arte no tenía éxito, el fracaso de las películas portuguesas afectaría también a sus producciones al derivar en mala prensa para Portugal.

“Por lo demás, si esta gente prospera y yo no les vendo nuestras películas ahora, puedes tener la seguridad que allí nos declararán la guerra posible si intentamos explotarlas de otro modo”, escribió en una carta a su hijo Luís Manuel de Castro e Almeida al inicio de 1925.³⁷ Además, Almeida era consciente del riesgo comercial y artístico que suponía posponer la exhibición de sus películas ya que, de pasar más tiempo, la estética y la técnica acabarían por pasarse de moda y parecer antiguas a los ojos de la crítica y el

³³ ALMEIDA, Virgínia de Castro e. Carta a Alvaro, París: 18 de febrero de 1924. (Colección familiar privada / CFP).

³⁴ ALMEIDA, Virgínia de Castro e. Carta a su hijo, Funchal: 10 de junio de 1924. (CFP).

³⁵ ALMEIDA, Virgínia de Castro e. Carta a su hijo, Madeira: 10 de octubre de 1924. (CFP) “Quanto a este problema [Brasil] não o vejo de fácil realização este ano. Estou convencida que vou ganhar lá bastante dinheiro, mas preciso gastar bastante e preparar-me para partir com todas as probabilidades de êxito”.

³⁶ ALMEIDA, Virgínia de Castro e. Carta a su hijo, París: 7 de enero de 1925. (CFP).

³⁷ *Ibid.* “Se esta gente prosperar e eu não lhes vender os nossos films agora, podes ter a certeza que nos farão lá a guerra possível se tentarmos explorarl-os de outro modo”.

público. Sin embargo, sentía la necesidad de justificar su decisión frente al resto de los inversores de Fortuna Films a los que, de alguna manera, estaba traicionando en “la grandeza de sus sueños de fabulosos lucros en Brasil”:

En estas condiciones y considerando que ya he sacrificado centenas de miles de escudos y un trabajo de meses y meses y de luchas extenuantes, sola y con todo a mis espaldas, y que mi salud ya se resiente y tengo cincuenta años, no me parece razonable ni justo que se exija más de mí, además, con todos los cansancios y riesgos de un viaje a Brasil (que seré la única que los corra) para ir a buscar una hipotética mina de oro.³⁸

De esta forma, Almeida acabó realizando un negocio “modesto, mucho menor que nuestras esperanzas, pero con algún dinero a la vista”³⁹ y, decidió venderles las producciones Fortuna Films (los dos largometrajes de ficción y un documental realizado a partir de las escenas “pintorescas” filmadas durante los rodajes en Nazaré y Tomar) por 80 contos (80.000 escudos) para el mercado brasileño. Así resumía finalmente el negocio de la Empresa de Films d'Arte Portuguesa:

Compraron baratísimas todas las películas portuguesas que les interesaban; tienen dinero; tienen teatros y cines a su disposición; tienen el nombre de Malheiro Dias [que aseguraba la publicidad en prensa]. El plan fue presentado con inteligencia y claridad (...) El mercado de Brasil para películas portuguesas es ahora suyo y solo suyo.⁴⁰

Adicionalmente a la venta de las películas, los delegados de la Empresa de Film d'Arte Portuguesa convencieron a Almeida a entrar como capitalista (con 40.000 escudos ella y 40.000 su colaborador Ayres d'Aguiar) y también como directora de producción con el objetivo de usar su experiencia en Fortuna Films para una futura transición de

³⁸ *Ibid.* “a grandeça dos seus sonhos de fabulosos lucros no Brasil”; “Nestas condições e considerando que tenho já sacrificado centenas de contos e um trabalho de meses e meses e de lutas extenuantes, sozinha e com tudo ás minhas costas, e que a minha saúde já se ressentida e tenho cinquenta anos, não me parece razoável nem justo que se exija mais de mim, além de tudo, uma viagem ao Brasil com todas as suas canseiras e riscos (que serei a única a correr) para ir procurar uma bem hipotética minha de ouro”.

³⁹ *Ibid.* “É muito possível que acabe por fazer negocio com esta gente, um negocio modesto, muito á quem das nossas esperanças, mas com algum dinheiro á vista”.

⁴⁰ ALMEIDA, Virgínia de Castro e. Carta a su hijo, París: 11 de enero 1925. (CFP). “Compraram muitíssimo baratos todos os filmes portugueses que os interessavam; teem dinheiro; teem teatros e cinemas á sua disposição; teem o nome de Malheiro Dias. O plano foi apresentado com inteligencia e clareza (...) O mercado do Brasil para filmes portugueses é agora d'elles e só d'elles”.

la empresa desde la distribución hacia la producción cinematográfica portuguesa.⁴¹ A pesar de que Almeida tomó sus decisiones libremente en función de su propio interés, lo cierto es que las negociaciones entre las partes fueron desiguales en términos de fuerza empresarial ya que, mientras Films d'Arte Portuguesa contaba con la potencia de una nueva empresa, Fortuna Films se encontraba en ese momento en una pésima situación financiera.

Almeida trató de mantener su productora el mayor tiempo que pudo vendiendo e hipotecando sus propios terrenos para hacer frente a las deudas, pero los cambios en la industria y, sobre todo, las lentas ganancias derivadas del alquiler y venta de copias no fueron suficientes para sacar adelante la compañía.⁴² De esta forma, el argumento de su tercera película *Noblesse* se quedó en el papel y Fortuna Films tuvo que cancelar su actividad productora. El nombre de Almeida continuó por un breve periodo unido a algunas actividades cinematográficas de distribución, pero, poco después, su carrera profesional se centró nuevamente en la literatura.

Una campaña publicitaria de “acoso y derribo”

Independientemente del resultado comercial de la inversión de la Empresa de Films d'Arte Portuguesa, lo cierto es que la iniciativa de propaganda de Portugal tuvo un gran impacto en el público, sobre todo en la colonia de portugueses en Brasil. Para ellos, el reencuentro con su país de origen a través de exhibiciones comerciales o en casas regionales, tales como la Casa Beirão o el Centro Trasmontano, tuvo un efecto que continuaba recordándose casi cuatro años más tarde.⁴³

Aparte de la fuerte inversión realizada en la compra de derechos de distribución de los más importantes largometrajes de ficción portugueses, la mayor apuesta de la

⁴¹ *Ibid.* A pesar de que parece que Almeida realizó una inversión financiera en la compañía y de que su nombre aparece como miembro de la empresa en el folleto promocional, no existen datos de que realizase una función efectiva para la Empresa de Films d'Arte Portuguesa pudiendo haber quedado todo en simples negociaciones previas.

⁴² BAPTISTA, Tiago. “Franceses típicamente portugueses”, *op. cit.*, p. 94.

⁴³ Sirva como ejemplo las sesiones de domingo organizadas por el Centro Trasmontano de Río de Janeiro que, a partir de enero de 1929 exhibió semanalmente algunas de las películas para sus asociados y familias. “Propaganda de Portugal”, *Jornal do Brasil*, n. 15, 17 de enero de 1929, p. 9.

Empresa de Films d'Arte fue la campaña publicitaria que llevaron a cabo en territorio brasileño en la cual hicieron uso de todo tipo de estrategias conocidas (algunas ampliamente utilizadas por las *majors* estadounidenses).⁴⁴ Entre ellas, las más destacables serían los acercamientos estratégicos realizados por los gerentes-delegados a autoridades y prensa para los que crearon preestrenos especiales; los contactos específicos y regalos para las asociaciones de la comunidad portuguesa, tales como libros portugueses para sus bibliotecas, exposiciones de cartelería o la asistencia a banquetes; y el uso del escueto *star system* nacional para fines promocionales. Para ello, las artistas cinematográficas Brunilde Júdice y María Emilia Castelo Branco visitaron el país durante 1925, realizando funciones de embajadoras de su país.

María Emilia Castelo Branco había debutado en la pantalla en la película de Invicta Film *O Destino* (Portugal, George Pallu, 1922), pero no fue hasta su participación en las películas de Fortuna Films, *Sereia de Pedra* y *Os Olhos da Alma* cuando se convirtió en una de las actrices más reconocidas del panorama portugués.⁴⁵ Tras realizar un tour por Francia e Inglaterra, en septiembre y octubre de 1925 visitó Río de Janeiro por primera vez para realizar dos ponencias en el Instituto Nacional de Música.⁴⁶ La primera se tituló “A Cinematographia” sobre el tema de “Uma pose de Jaques Catellaine: o cine e a geographia; o rhytmo no cinema; e as mascaras no cine” y el otro sobre los orígenes del fado titulada “O fado e a sua etymologia”.⁴⁷ Su presencia en el país se aprovechó para promocionar las proyecciones de *O Destino*, presentada en el cine Imperio de Río de Janeiro el 19 de noviembre de 1925.⁴⁸ Sin embargo, este movimiento empresarial no puede atribuirse a la Empresa de Films d'Arte Portuguesa ya que la película portuguesa fue importada y distribuida por su

⁴⁴ BUTCHER, *op. cit.*, p. 218.

⁴⁵ Sobre María Emilia Castelo Branco, ver BAPTISTA, Tiago. “Castelo Branco, María Emilia”. En: Casares Rodicio, Emilio (ed.). *Diccionario del Cine Iberoamericano. España, Portugal y América*, vol. 2. Madrid: Sociedad General de Autores y Editores/ Fundación Autor, 2011, p. 461 y CUNHA, Paulo, “Tragédias e ressurreições da Sereia de Pedra”, *À Pala de Walsh*, 8 de enero de 2018. Disponible en: <http://www.apaladewalsh.com/2018/01/tragedias-e-ressurreicoes-da-sereia-de-pedra> [Acceso: 23 de febrero de 2020].

⁴⁶ “Cinemas e Fitas. Uma estrela do cinema ‘double’ de uma mulher de letras”, *O Paiz*, 17 de septiembre de 1925, p. 6.

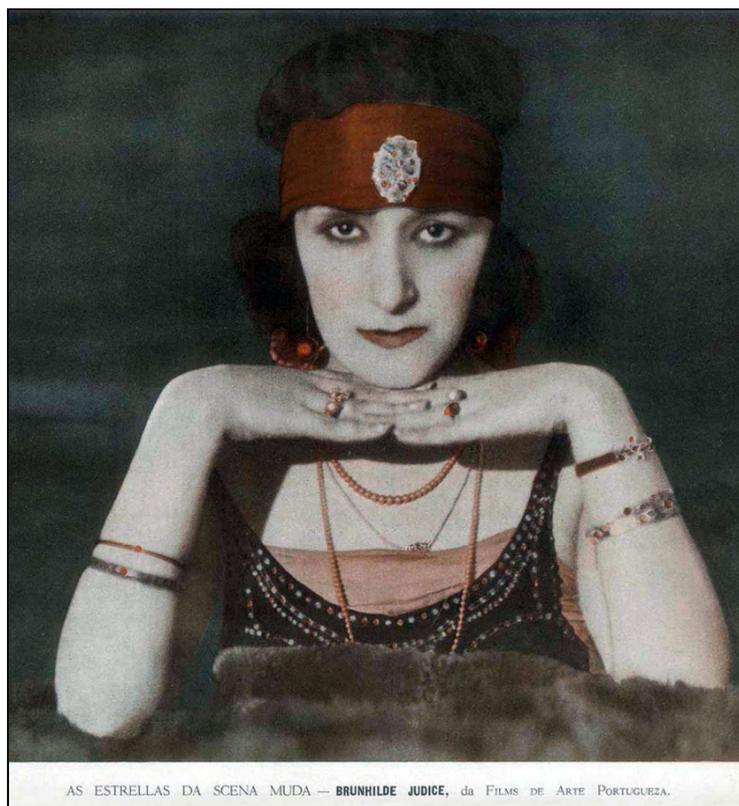
⁴⁷ “Notícias e comentarios”, *Revista da Semana*, 10 de octubre de 1925, p. 26.

⁴⁸ “O Destino”, *Jornal do Brasil*, n. 276, 18 de noviembre de 1925, p. 26.

competidor directo, la Empresa de Francisco Serrador, presidente de la Companhia Brasileira Cinematographica y uno de los principales exhibidores de Brasil.



María Emilia Castelo Branco, *A Cena Muda*, n. 237, 8 de octubre de 1925, portada



AS ESTRELLAS DA SCENA MUDA – BRUNILDE JUDICE, da FILMS DE ARTE PORTUGUEZA.

Brunilde Júdice, *A Scena Muda*, n. 230, 20 de agosto de 1925, p. 15.

Por otro lado, la actriz que más éxito tuvo en Brasil fue Brunilde Júdice,⁴⁹ hija de la conocida actriz teatral María Júdice da Costa. A pesar de haber actuado anteriormente en *Amor de Perdição* y *Tempestades da Vida*, fue considerada la “más notable actriz cinematográfica de Portugal” por su interpretación en *Mulheres da Beira*.⁵⁰ La actriz, que estaba residiendo

en San Pablo, acudió a un homenaje realizado en su honor por la Empresa de Films d'Arte Portuguesa en el estreno de la película en los cines Ideal y Palais de Río de Janeiro.⁵¹ Al evento fueron invitadas las autoridades portuguesas, miembros de las asociaciones de la comunidad y representantes de las sociedades teatrales y artísticas brasileñas, así como otros sujetos del medio intelectual.

Asimismo, fotografías de las tres actrices principales de la producción cinematográfica portuguesa, y que podrían aspirar a considerarse “estrellas” nacionales, Brunilde Júdice, María Emilia Castelo Branco y María Oliveira, ocuparon ese año portadas y páginas ilustradas de la revista especializada brasileña *A Scena Muda*.⁵² A pesar de que la imagen de Brunilde Júdice ya había aparecido en la publicación anteriormente, el

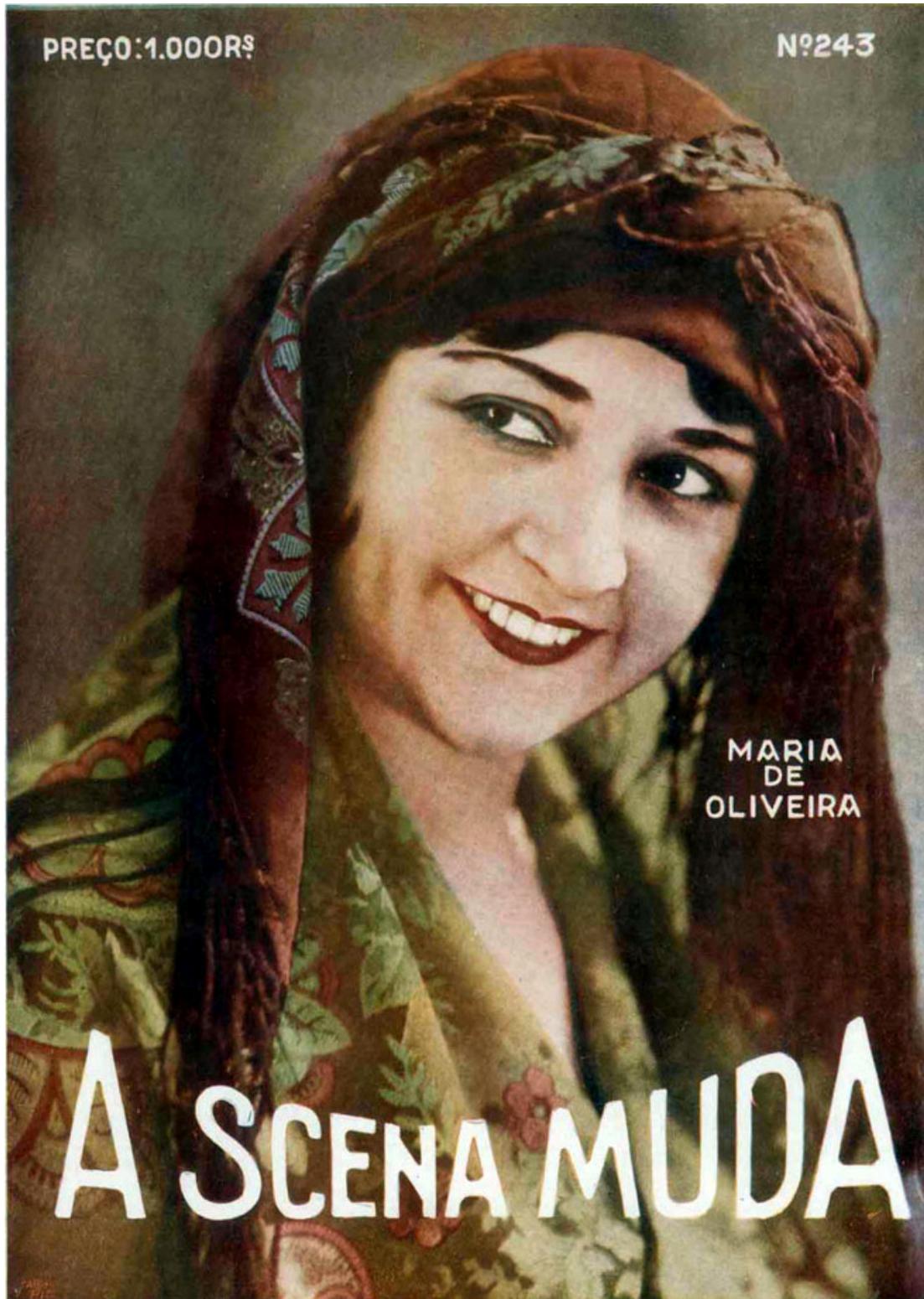
⁴⁹ “As homenagens a Brunilde Judice”, *Gazeta de Notícias*, n. 153, 28 de junio de 1925, p. 6.

⁵⁰ “Portugal no Brasil. Mulheres da Beira”, *Jornal do Brasil*, n. 112, 10 de mayo de 1925, p. 11. “A protagonista, D. Brunilde Judice, é considerada a mais notavel atriz cinematographica de Portugal”.

⁵¹ “Cinemas. Brunilde Judice, no Rio de Janeiro”, *Jornal do Brasil*, n. 153, 27 de junio de 1925, p. 14.

⁵² “As estrelas da Scena Muda – Brunilde Judice, da Films de Arte Portuguesa”, *A Scena Muda*, n. 230, p. 15; “Maria Emilia Castello Branco”, *A Scena Muda*, n. 237, 8 de octubre de 1925, portada y “Maria de Oliveira”, *A Scena Muda*, n. 243, 19 de noviembre de 1925, portada. Anteriormente había aparecido Brunilde Júdice “As estrelas da Scena Muda - A atriz Brunilde Judice, da Invicta Film do Porto”, *A Scena Muda*, n. 71, 3 de agosto de 1922, p. 14.

hecho de que tres actrices portuguesas recibieran tal atención era un hecho raro dada la hegemonía que en sus páginas tenían las figuras estadounidenses.



María de Oliveira, *A Scena Muda*, n. 243, 19 de noviembre de 1925, portada

Sin embargo, no fueron las jóvenes actrices cinematográficas el mayor reclame publicitario del *star-system* portugués por parte de la Empresa de Films d'Arte en Brasil. Ese importante rol lo jugó el famoso actor portugués Eduardo Brazão, cuya muerte se había producido el 29 de mayo de ese mismo año, y que era ampliamente reconocido por la audiencia brasileña por sus giras teatrales. El atractivo de su presencia en la pantalla después de muerto fue central para la explotación de las películas ya que éste hecho fue repetido en la prensa incansablemente hasta el punto de alterar el orden de la programación ya que los fans del actor querían “prestar un altísimo y sincero homenaje” al actor.⁵³

El programa de la Empresa de Films d'Arte Portuguesa estaba anunciado como “la semana portuguesa” y estaba planeado para la semana del 8 al 14 de junio de 1925 en los cines Palais e Ideal de Río de Janeiro. La película que daría inicio a la exhibición sería *Sereia de Pedra*. Sin embargo, debido a la petición de artistas y escritores luso-brasileños, el orden de la programación se alteró a escasos cuatro días de comenzar y, *Sereia de Pedra* fue sustituida por la otra producción de Fortuna Films, *Os Olhos da Alma*. El motivo de semejante cambio a contrarreloj era el protagonismo que el actor Brazão tenía en esta última película. El efecto publicitario de su nombre afectó también a las otras producciones en las que participó como *O Fado* y *As Pupilas do Sr. Reitor*.

IRIS
Propriedade de J. Cruz Junior
Rua da Carioca

AMANHÃ! AMANHÃ!
PROGRAMMA MONSTRO!
RAMON NOVARRO, em
Fogo, cinzas... nada!
Deslumbrante especial produção da METRO
EDMUND LOWE, o artista genial da FOX FILM, em
PORTOS DE ESCALA
Uma maravilha sensacional em 7 partes
No palco, ás 3 e 8,30 horas, a opereta certanica
FLOR MURCHA
por toda a troupe de Juvenal Fontes o (Joca Tatu'), rei dos calpiras. — Nos intervalos, o principe dos excentricos
Alfredo Albuquerque
O rei das gargalhadas em nossas canções
— HOJE
A interessante Alma Rubens, da Fox, em
A MULHER COMPRADA
Drama em 7 partes bellissimas
No palco ás 3, 6, 8 e 10 horas, a barrieta **OS INREPARAVELIS**
Fabrica de gargalhadas, sob a direcção de Juvenal Fontes, e da inapagavel e originalissimo Nino Nello. — O **excentricos ALFREDO ALBUQUERQUE**, nos namorados

A Sereia de Pedra

O primeiro dos grandes films portugueses nos dias 8 a 14 de Junho nos cinemas

PALAIS E IDEAL

Films ha muitos! Mas films portugueses e bons, só os da Empresa de Films d'arte Portuguesa Ltda.

⁵³ “A Arte Muda. Brazão em ‘Olhos da Alma’”, *Gazeta de Notícias*, n. 132, 4 de junio de 1925, p. 5.



Anuncios del cambio de programa de exhibición, *Correio da Manhã*, 31 de mayo de 1925 (página anterior) y 5 de junio de 1925

Es curioso cómo el mismo Brazão llegó a reflexionar sobre la fascinación que podría suscitar su imagen en la pantalla una vez fallecido y la irresistible posibilidad que el cine ofrecía para un actor teatral consagrado, como él, de tener su actuación archivada en un documento para el futuro. En una entrevista declaraba:

Me gusta muchísimo el cine. ¿Quiere saber por qué? (...) Hay una frase de Dumas Padre, en “Kean”, que dice así: “La gloria del actor desciende con el telón. Su memoria desaparece con la generación a la que pertenece...” Pues bien. El cine vino para destruir esas palabras y su dolorosa verdad. Al hacer yo cine, alguna cosa quedará de mí. Y la frase de Dumas ya no tiene razón de existir.⁵⁴

De esta forma, en los cines Ideal y Palais de Río de Janeiro se exhibió en primer lugar, del 8 al 14 de junio de 1925, *Os Olhos da Alma* seguido de un programa de vistas panorámicas de Gouvea, Serra da Estrela y Amarante y acompañados de conciertos en la sala de espera de la Banda da Colonia Portuguesa en el Ideal y de un grupo de

⁵⁴ SILVEIRA, Celestino. “Gazeta Theatral. Eduardo Brazão: Subsídios para a biographia do grande actor portuguez”, *Gazeta de Notícias*, 7 de junio de 1925, p. 4. “Gosto immenso do cinema. Quer saber porque? (...) Ha uma phrase de Dumas Pai, no “Kean”, que diz assim: “A gloria do actor desce com o panno. Sua memoria desaparece com a geração a que pertence...” Pois bem. O cinema verio esphacelar essas palavras e sua dolorosa verdade. Fazendo eu cinema, alguma cousa ficará de mim. E a phrase de Dumas já não tem razão de existir.”

guitarristas ejecutando músicas portuguesas en el Palais. En segundo lugar, se anunció la exhibición de *Mulheres da Beira* el 22 de junio en el Ideal y en el Parisiense.⁵⁵ Aunque es posible que estuviera fuera del programa de la Empresa (ya que estos tenían un acuerdo con el cine Ideal), *O Fado* se exhibió al menos el 20 y 23 de junio en el Cine Avenida y, a partir del 29 de junio, en el Ideal.⁵⁶ Asimismo, como parte del programa del Ideal también se proyectó *Os Lobos* a partir del 25 de junio (y fue repuesta nuevamente a partir del 10 de agosto), y, *Sereia de Pedra* a partir del 6 de julio.⁵⁷ *As Pupilas do Senhor Reitor* fue a partir del 19 de agosto; y *Claudia*, a partir del 14 de septiembre.⁵⁸ En el último trimestre del año, el gerente delegado Francisco Pereira Lemos viajó hacia el norte y noroeste de Brasil para presentar algunas películas del programa en Manaus (cines Polytheama y Odeon) y en Recife (Helvetica Cine Theatro y Royal⁵⁹) durante los meses de octubre y noviembre. Varias películas, asimismo, viajaron a Bahía para exhibirse allí también.⁶⁰

En el mes de noviembre, a su llegada a Pernambuco, los anuncios de las películas dieron un giro y desestimaron al espectador brasileño como público objetivo. De esta forma, comenzaron a anunciarse directamente destinadas a la colonia de portugueses con mensajes emotivos que apelaban a la tierra de origen: “Usted que nació bajo el cielo delicioso del viejo Portugal, venga a matar la añoranza de la patria

⁵⁵ “Cinematographia ‘Mulheres da Beira’”, *O Jornal*, n. 1994, 20 de junio de 1925, p. 15.

⁵⁶ *Gazeta de notícias*, n. 148, 23 de junio de 1925, p. 12.

⁵⁷ “Cinematographia. Films novos ‘Os Lobos, no Ideal’”, *O Jornal*, 26 de junio de 1925, p. 15 y “Cinemas. Duas obras primas no Ideal”, *O Imparcial*, n. 4574, 2 de julio de 1925, p. 6.

⁵⁸ “As pupilas do sr. Reitor”, *Gazeta de notícias*, n. 251, 23 de agosto de 1925, p. 6 y “Varias notas. Um luxoso film portuguez”, *Correio da Manhã*, n. 9394, 11 de septiembre de 1925, p. 6.

⁵⁹ El cine Royal, que tenía como gerente al portugués Joaquim Mattos, era una de las principales salas de exhibición de Recife. Era conocido en 1925 por sus novedosas estrategias promocionales como la colocación de carteles de los estrenos en la fachada o la proyección de pequeños trechos de la película como reclame. En CORRÊA DE ARAÚJO, Luciana, “O cinema em Pernambuco nos anos 1920”. En: *I Jornada Brasileira de Cinema Silencioso*. San Pablo: Cinemateca Brasileira, 2007.

⁶⁰ Esta lista de proyecciones pretende congrega algunos datos de exhibición para dar una idea parcial del ritmo de actividad de la programación portuguesa y su alcance en el territorio brasileño saliéndose del eje hegemónico San Pablo-Río de Janeiro. Sin embargo, no pretende ser exhaustiva. Realizar un seguimiento de la totalidad de proyecciones del programa portugués llevado por la Empresa Film d'Arte Portuguesa a Brasil requeriría un estudio pormenorizado posterior.

distante, asistiendo a una joya de la cinematografía de su tierra, que hablará bien alto a su corazón!!!”⁶¹ Desconocemos si este hecho puede atribuirse al aprendizaje derivado de la experiencia de los meses anteriores, en la que comprobaron que era más efectivo dedicar sus esfuerzos únicamente a la comunidad portuguesa, o a características propias de la población de Recife.

Según la información publicada en la prensa pernambucana, la exhibición de la mayoría de las producciones portuguesas había sido anteriormente bien recibida en Río de Janeiro, obteniendo un gran éxito de público.⁶² Sin embargo, no parece que hubiese consenso por parte de la crítica. Por ejemplo, la revista *Fon-Fon* publicó textos demolidores contra *Os Faroleiros da Torre do Bugio*, *Sereia de Pedra* y *Os Olhos da Alma*.⁶³ Del primero opinaba que era detestable y no se debía “tolerar que exhiban una película como esta”; y respecto a los siguientes, acusó a la empresa de publicidad engañosa por anunciarlas como películas portuguesas cuando su director era Roger Lion y la mayoría de su equipo técnico y artístico era francés.

De hecho, mientras otras películas se anunciaron por la distribuidora Empresa de Films d'Arte Portuguesa como producciones de la Invicta Film o de Iberia Film, *Sereia de Pedra* y *Os Olhos da Alma*, bajo la responsabilidad de Virgínia de Castro e Almeida, aparecieron en la prensa como “producciones de la Empresa de Films d'Arte Portuguesa”.⁶⁴ Así, el nombre de la productora Fortuna Films acabó prácticamente borrado de cualquier anuncio de las películas y la falsa atribución a la Empresa Film d'Arte se repitió en diferentes periódicos.

⁶¹ “Mulheres da Beira”, *Diario de Pernambuco*, n. 254, 1 de noviembre de 1925, p. 14. “Vós que nasceste sob o céu delicioso do velho Portugal, vinde matar as saudades da patria distante, assistindo a uma joia da cinematographia da vossa terra, que falará bem alto ao vosso coração!!!”

⁶² “Films portugueses”, *Diario de Pernambuco*, n. 250, 28 de octubre de 1925, p. 3 y “Films d'Arte Portuguesa”, *Jornal de Recife*, n. 252, 29 de octubre de 1925, p. 3.

⁶³ “Os Olhos da Alma”, *Fon-Fon*, n. 26, 27 de junio de 1925, p. 75; “A Sereia de Pedra”, *Fon-Fon*, n. 29, 18 de julio de 1925, p. 61 y “Os Pharoleiros da Torre do Bugio”, *Fon-Fon*, n. 22, 29 de mayo de 1926, p. 60.

⁶⁴ “Os Olhos da Alma”, *Correio da Manhã*, n. 9311, 6 de junio de 1925, p. 12 y “Helvetica Cine Theatro. A Sereia de Pedra”, *Diario de Pernambuco*, n. 285, 11 de diciembre de 1925, p. 8.

Fin de la actividad

Según un artículo breve de *Correio da Manhã* el hecho de haber espaciado y dividido la programación en dos bloques, dejando las festividades carnavalescas de 1926 en medio, se debió a una decisión empresarial. Así, se anunciaba el reinicio de las actividades en marzo lanzando “la segunda serie de las películas”: *O Mais Forte*, *O Faroleiro da Torre do Bugio*, *Lucros... Ilícitos*, *Tempestades da Vida* y *A Morgadinha de Val-Flor*.⁶⁵ Sin embargo, los resultados no debían estar siendo los esperados para la empresa ya que, el 31 de mayo de 1926, el periódico *A Noite* anunciaba la extinción de la delegación de la Empresa de Films d'Arte Portuguesa en Brasil:

Esta sociedad, que aquí se estableció hace aproximadamente un año, y que hizo exhibir algunas buenas películas portuguesas, extinguió su delegación en Brasil, dejando únicamente un agente distribuidor, que es el Sr. Francisco Lemos, su antiguo administrador delegado.⁶⁶

En julio de ese mismo año, comenzó a aparecer en la prensa una deuda contraída por la empresa distribuidora con el Banco Ultramarino por valor de 27.434 \$. Según la consulta de un informe interno de la comisión de la Empresa de Films d'Arte Portuguesa (*Relatório da Comissão eleita na Assembleia Geral de 10-6-1927*) realizada por Manuel Deniz Silva, parece que el inicio de la actividad en Río de Janeiro entre junio y agosto de 1925 fue de relativo éxito. Este hecho “repercutió en la explotación subsecuente de algunas de las películas en San Pablo y Santos, y en un saldo financiero positivo al final de ese año civil”.⁶⁷ Sin embargo, la gestión posterior y,

⁶⁵ “Films portugueses”, *Correio da Manhã*, n. 9548, 11 de marzo de 1926, p. 6.

⁶⁶ “Empresa Films d'Arte Portuguesa”, *A Noite*, n. 5216, 31 de mayo de 1926, p. 7. “Esta sociedade, que aqui se estabeleceu ha cerca de um anno, e que fez exhibir algumas boas fitas portuguesas, extinguiu a sua delegação no Brasil, ficando apenas com um agente distribuidor, que é o Sr. Francisco Lemos, seu antigo administrador-delegado.

⁶⁷ DENIZ SILVA, *op. cit.*, p. 8. “O sucesso do lançamento da empresa no Rio de Janeiro, entre os meses de Junho e Agosto de 1925, permitu ainda assim algum otimismo, que se repercutiu na exploração subsecuente de alguns dos filmes em São Paulo e Santos, e num saldo financeiro positivo no final desse ano civil. No entanto, a acumulação dos erros de gestão levaram rapidamente a um novo desequilibrio das contas, tendo a empresa decidido extinguir a sua delegação no Brasil em Maio de 1926, mantendo apenas um agente distribuidor.”

probablemente la extensión de la iniciativa por el territorio brasileño, “llevaron rápidamente a un nuevo desequilibrio de las cuentas”, según apunta Deniz Silva.

Lo cierto es que las exhibiciones portuguesas continuaron durante el año 1926 y 1927 por varias ciudades del territorio e incluso, en enero de 1929, el Centro Trasmontano de Río de Janeiro se proponía reponer el programa llevado por la Empresa. De esta forma, quería “proporcionar distracciones a sus asociados al mismo tiempo que hace una útil y bella propaganda de su país” a la vez que buscaba reproducir “el gran éxito alcanzado por las películas portuguesas exhibidas hace dos años en esta capital y en todo Brasil” del que “todo el mundo se acuerda”.⁶⁸

Consideraciones finales

Es probable, que la empresa de distribución al por mayor de títulos portugueses en Brasil no resultase tan rentable como se esperaba sobre el papel, bien porque las películas no tenían la calidad necesaria para atraer al público brasileño, o porque los gastos derivados de sus actividades publicitarias y de su expansión territorial habían superado lo esperado. En cualquier caso, la iniciativa presentada por la Empresa de Films d'Arte Portuguesa supuso un proyecto empresarial de dimensiones considerables para la época y alcanzó cierta repercusión en el ámbito de la comunidad portuguesa en diferentes regiones de Brasil que pudieron disfrutar de la diversificación de actividades culturales de Portugal y de ver reflejada su tierra de origen en la gran pantalla.

Asimismo, el esfuerzo interdisciplinar realizado, atendiendo a los diversos aspectos que rodeaban la exhibición cinematográfica de la época, como la composición musical

⁶⁸ “Propaganda de Portugal”, *Jornal do Brasil*, n. 15, 17 de enero de 1929, p. 9. “Toda a gente se lembra ainda do grande successo alcançado pelos films portuguezes exhibidos há dois annos, nesta Capital e em todo o Brasil pela Empresa de Films d'Arte Portuguesa. A critica teçou-lhe os melhores louvores e de facto mereciam-nos porque a sua leitura e nitidez nada fica a dever aos films estrangeiros. (...) A sua directoria procura desta forma, propocionar distrações aos seus associados ao mesmo tempo que faz uma util e bella propaganda do seu paiz.”

de acompañamiento original, la exhibición de los carteles realizados expresamente por artistas plásticos portugueses o la distribución de adaptaciones literarias y novelizaciones por diferentes bibliotecas, entre otros, revelaron un entendimiento holístico de la distribución y exhibición inusual para la cinematografía portuguesa. De esta forma, se justificaba el nombre de Film d'Arte ya que se legitimaba el cine como un arte compuesto que acogía a las demás artes en el proceso.

Por otro lado, tanto la composición de la compañía, el diseño del proyecto y la estrategia de negociación que se perciben por la compra de *Sereia de Pedra* y *Os Olhos da Alma* evidencian un cambio de mentalidad empresarial. El *modus operandi* a gran escala de la Empresa de Films d'Arte Portuguesa pertenece a modelos capitalistas e industriales modernos que poco recuerdan ya al trabajo semi-artesanal y familiar de la mayoría de las compañías portuguesas durante las primeras tres décadas del cine.

Referencias bibliográficas

- “A Arte Muda. Brazão em ‘Olhos da Alma’”, *Gazeta de Notícias*, n. 132, 4 de junio de 1925, p. 5.
- “A arte muda. Cinegraphicas”, *Gazeta de Notícias*, n. 144, 18 de junio de 1925, p. 6.
- “A semana portuguesa”, *Jornal do Brasil*, n. 131, 2 de junio de 1925, p. 21.
- “A Sereia de Pedra”, *Fon-Fon*, n. 29, 18 de julio de 1925, p. 61.
- “Alguns dados estatísticos”, *Cinearte*, n. 26, 25 de agosto de 1926, p.5.
- ALMEIDA, Virgínia de Castro e. “Cinematographos”, *A Capital*, n. 1384, 10 de junio de 1914, p. 1.
- _____. Carta a Alvaro, París: 18 de febrero de 1924. (Colección Familiar Privada / CFP).
- _____. Carta a su hijo, Funchal: 10 de junio de 1924. (CFP).
- _____. Carta a su hijo, Madeira: 10 de octubre de 1924. (CFP).
- _____. Carta a su hijo, París: 7 de enero de 1925. (CFP).
- _____. Carta a su hijo, París: 11 de enero 1925. (CFP).
- _____. *Os Olhos da Alma, Romance (com as fotografias do film)*. Río de Janeiro: Edição do Anuario do Brasil, 1925.
- “As estrelas da Scena Muda - Brunhilde Judice, da Films de Arte Portuguesa”, *A Scena Muda*, n. 230, p. 15

- “As estrelas da Scena Muda - A actriz Brunilde Judice, da Invicta Film do Porto”, *A Scena Muda*, n. 71, 3 de agosto de 1922, p. 14.
- “As homenagens a Brunilde Judice”, *Gazeta de Notícias*, n. 153, 28 de junio de 1925, p. 6.
- “As pupilas do sr. Reitor”, *Gazeta de notícias*, n. 251, 23 de agosto de 1925, p. 6
- “Associação Portuguesa B. M. Luiz de Camões”, *O Social*, n. 402, 15 de agosto de 1925, p. 7.
- BAPTISTA, Tiago. “Franceses típicamente portugueses”. En: Baptista, Tiago (org.). *Lion, Mariaud, Pallu*, Lisboa: Cinemateca Portuguesa, 2003, pp. 37-97.
- _____. “Cinema e política na Primeira República”, *Congresso Histórico Internacional: I República e Republicanismo*. Lisboa: Cinemateca Portuguesa y FCSH-UNL, 2010.
- _____. “Castelo Branco, María Emilia”. En: Casares Rodicio, Emilio (ed.). *Diccionario del Cine Iberoamericano. España, Portugal y América*, vol. 2. Madrid: Sociedad General de Autores y Editores/ Fundación Autor, 2011, p. 461.
- BARREIRO-GONZÁLEZ, María Soliña. “The mother awaits: Woman and landscape in Galicia non-fiction cinema”. En: Cordero-Hoyo, Elena y Begoña Soto-Vázquez (eds.), *Women in Iberian Filmic Culture*. Bristol y Chicago: Intellect, 2020, pp. 177-193.
- BUTCHER, Pedro. *Hollywood e o mercado cinematográfico brasileiro. Princípio(s) de uma hegemonia*. Niterói: Universidad Federal Fluminense, 2019.
- “Censura das Casas de Diversões. Censura cinematographica”, *Vida policial*, n. 48, 6 de febrero de 1926, p. 33.
- “Cinemas. Brunilde Judice, no Rio de Janeiro”, *Jornal do Brasil*, n. 153, 27 de junio de 1925, p. 14.
- “Cinemas. Duas obras primas no Ideal”, *O Imparcial*, n. 4574, 2 de julio de 1925, p. 6.
- “Cinemas e Fitas. Uma estrella do cinema ‘double’ de uma mulher de letras”, *O Paiz*, 17 de septiembre de 1925, p. 6.
- “Cinematographia. Films novos ‘Os Lobos, no Ideal’”, *O Jornal*, 26 de junio de 1925, p. 15.
- “Cinematographia ‘Mulheres da Beira’”, *O Jornal*, n. 1994, 20 de junio de 1925, p. 15.
- CORRÊA DE ARAÚJO, Luciana, “O cinema em Pernambuco nos anos 1920”. En: *I Jornada Brasileira de Cinema Silencioso*. San Pablo: Cinemateca Brasileira, 2007, pp. 31 y 71-76.
- CUNHA, Paulo. “Para uma história das histórias do cinema português”, *Aniki*, vol. 3, n. 1, 2016, pp. 36-45.
- _____. “Tragédias e ressurreições da Sereia de Pedra”, *À Pala de Walsh*, 8 de enero de 2018. Disponible en: <http://www.apaladewalsh.com/2018/01/tragedias-e-ressurreicoes-da-sereia-de-pedra> [Acceso: 23 de febrero de 2020].

- DENIZ SILVA, Manuel. “Para que mais ressaltassem todas as scenas do emocionante drama: a música de António Tomás de Lima (1887-1950) para o filme Os Lobos”. En: *Rino Lupo. Mulheres da Beira. Os Lobos*. Lisboa: Cinemateca Portuguesa- Museu do Cinema, 2017, pp. 26-36. [DVD folleto].
- “Empresa Films d’Arte Portuguzza”, *A Noite*, n. 5216, 31 de mayo de 1926, p. 7.
- “Films d’Arte Portuguesa”, *Jornal de Recife*, n. 252, 29 de octubre de 1925, p. 3.
- “Films portugueses”, *Diario de Pernambuco*, n. 250, 28 de octubre de 1925, p. 3.
- “Films portugueses”, *Correio da Manhã*, n. 9548, 11 de marzo de 1926, p. 6.
- Gazeta de noticias*, n. 148, 23 de junio de 1925, p. 12.
- “Helvetica Cine Theatro. A Sereia de Pedra”, *Diario de Pernambuco*, n. 285, 11 de diciembre de 1925, p. 8.
- MACHADO, Aureliano. “Novidades na tela. Films Portuguezes”, *A Scena Muda*, n. 218, 28 de mayo de 1925, p. 5.
- “Maria de Oliveira”, *A Scena Muda*, n. 243, 19 de noviembre de 1925, portada.
- “Maria Emilia Castello Branco”, *A Scena Muda*, n. 237, 8 de octubre de 1925, portada.
- “Mulheres da Beira”, *Diario de Pernambuco*, n. 254, 1 de noviembre de 1925, p. 14.
- “Notícias e comentarios”, *Revista da Semana*, 10 de octubre de 1925, p. 26.
- “O Destino”, *Jornal do Brasil*, n. 276, 18 de noviembre de 1925, p. 26.
- “Os cartazes e a música”, *Jornal do Brasil*, n. 112, 10 de mayo de 1925, p. 11.
- “Os Olhos da Alma”, *Correio da Manhã*, n. 9311, 6 de junio de 1925, p. 12.
- “Os Olhos da Alma”, *Fon-Fon*, n. 26, 27 de junio de 1925, p. 75.
- “Os Pharoleiros da Torre do Bugio”, *Fon-Fon*, n. 22, 29 de mayo de 1926, p. 60.
- OLIVEIRA, Carla Mary S. “O Rio de Janeiro da Primeira República e a imigração portuguesa: panorama histórico”, *Revista do Arquivo Geral da Cidade do Rio de Janeiro*, n. 3, 2009, pp. 149-168.
- “Portugal no Brasil”, *Jornal do Brasil*, n. 112, 10 de mayo de 1925, p. 11.
- “Propaganda de Portugal”, *Jornal do Brasil*, n. 15, 17 de enero de 1929, p. 9.
- R. L. “Jocelyn de Léon Poirier reçoit le prix de Castro”, *Le Petit journal*, n. 21.981, 23 de marzo de 1923, p. 4.
- RAMOS, Rui. “Os Olhos da Nação: o “cinema feito por estrangeiros” e o ‘reaportuguesamento de Portugal’ (1918-1925)”. En: Baptista, Tiago (org.). *Lion, Mariaud Pallu, franceses típicamente portugueses*. Lisboa: Cinemateca Portuguesa, 2003, pp. 99-123.

- RIBEIRO, M. Félix. *Filmes, figuras e factos do cinema português, 1896-1949*. Lisboa: Cinemateca Portuguesa, 1983.
- SILVEIRA, Celestino. "Gazeta Theatral. Eduardo Brazão: Subsídios para a biographia do grande actor portuguez", *Gazeta de Notícias*, 7 de junio de 1925, p. 4.
- SOUZA, Carlos Roberto de y Suzana Reck Miranda. "O início do cinema sonoro no Brasil e os (en)cantos da língua". En: Gil Mariño, Cecilia Nuria y Laura Miranda (eds.). *Identity Mediations in Latin American Cinema and Beyond: Culture, Music and Transnational Discourses*. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing, 2019, pp. 73-102.
- "Varias notas. Um luxoso film portuguez", *Correio da Manhã*, n. 9394, 11 de septiembre de 1925, p. 6.
- VOLPI SCOTT, Ana Silvia. "As duas faces da imigração portuguesa para o Brasil (décadas de 1820-1930)". En: Pérez Moreda, Vicente y Blanca Sánchez Alonso (orgs.). *Congreso de Historia Económica de Zaragoza, 2001*. Disponible en: <https://www.aehe.es/wp-content/uploads/2001/10/volpiscott.pdf> [Acceso: 23 de febrero de 2020].

Fecha de recepción: 31 de julio de 2020
Fecha de aceptación: 10 de octubre de 2020

Para citar este artículo:

CORDERO HOYO, Elena. "Empresa de Films d'Arte Portuguesa, una distribuidora a la conquista de Brasil", *Vivomatografías. Revista de estudios sobre precine y cine silente en Latinoamérica*, n. 6, diciembre de 2020, pp. 207-237. Disponible en: <http://www.vivomatografias.com/index.php/vmfs/article/view/288> [Acceso dd.mm.aaaa].

* **Elena Cordero Hoyo** es doctoranda becada por la FCT (PD/BD/128075/2016) en el Centro de Estudios Comparatistas de la Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa donde desarrolla una tesis sobre el acceso de las mujeres al cine mudo en España y Portugal. Es parte del equipo editorial de la revista de historia del cine *Secuencias*. Su trabajo se ha publicado en *Nineteenth Century Theatre and Film*, *Women Film Pioneers Project* y recientemente ha editado, junto a Begoña Soto-Vázquez, un libro titulado *Women in Iberian Filmic Culture. A Feminist Approach to the Cinemas in Portugal and Spain*. Actualmente pertenece a los grupos de investigación 'O Cinema e o Mundo' e 'DIIA- Diálogos Ibéricos e Iberoamericanos' (CEC/FLUL) y al proyecto 'Mundos virtuales en el cine de los orígenes: dispositivos, estética y públicos' (Universitat de Girona – PGC2018-096633-B-I00). E-mail: ehoyo@campus.ul.pt.