

CANAL 100 - A TRAJETÓRIA DE UM CINEJORNAL

Paulo Roberto de Azevedo Maia*

Gente bonita, a cidade maravilhosa, os feitos do governo e a apoteótica visão do Maracanã lotado eram alguns dos ingredientes do cinejornal *Canal 100*, o mais importante periódico cinematográfico do Brasil na segunda metade do século XX. Com uma leitura afinada com os interesses do regime militar, o cinejornal levou imagens carregadas de simbolismo político, ao mesmo tempo em que produziu algumas das mais belas imagens do futebol feitas pelo cinema. O texto que segue relata um pouco de pesquisa sobre esse periódico cinematográfico e que deu origem à dissertação *Canal 100 - A trajetória de um cinejornal*.

Nas décadas de 60, 70 e 80 ir ao cinema e assistir o Canal 100 era tarefa prazerosa para muitos. A exibição acontecia por conta da legislação que, a partir do Decreto n.º 21.240 de quatro de abril de 1932, obrigava os cinemas a exibirem os filmes informativos de curta-metragem antes do filme de longa-metragem, motivo principal do espetáculo. Mas o que ficou desse informativo não foi o caráter autoritário que pode transparecer a partir de uma exibição que não acontecia por força do público, mas por conta da burocracia estatal. Assistir as imagens, mostrando um Brasil às vezes muito carioca, enfatizando a sociedade do Rio de Janeiro; ou um país “predestinado ao futuro” com os grandes feitos do governo, num eterno “milagre econômico”; ou mesmo a exibição do desenvolvimento da nação através dos atos políticos dos militares. Tudo isso não era um fardo. Tudo tinha um ar de leveza que era consagrado pelas imagens do futebol enchendo a tela grande e criando uma atmosfera de otimismo, levando as pessoas a acreditar que viviam em um país no qual todos podiam confiar.

A reflexão sobre o *Canal 100* nos levou a imaginar a especificidade de um periódico que se manteve em ação por mais de 25 anos, em um momento em que o tipo de cinema produzido por ele encontrava-se em plena decadência. Sua vitalidade era resultado da ação do Estado, agente financiador, que manteve, com o patrocínio das imagens do futebol, a empresa Carlos Niemeyer Produções até 1985.

Não foi pretensão desse trabalho propor uma análise reforçando a ação ideológica do Estado e o *Canal 100* como instrumento deste. Na realidade, parto do pressuposto de que esse informativo está inserido em uma tradição da cultura política brasileira na medida em que se integrou ao discurso do otimismo proposto pelos militares e praticado desde antes dos generais; aliás, fenômeno de longa duração que na segunda metade do século XX pode ser percebido com mais força nas produções de Jean Mazon, no governo JK e posteriormente, na estratégia montada pelos militares de levar adiante um tipo de propaganda despolitizada, distante dos velhos esquemas do DIP. Os militares investiram em uma campanha civilizatória, de valorização da nação, que começava com a exaltação das belezas naturais, da riqueza humana e das expressões culturais, onde o futebol ganhou destaque.

A necessidade de entender os cinejornais enquanto veículo de comunicação nos levou a explorar algumas questões teóricas como a definição do cinejornalismo e sua relação com a prática jornalística. Grande ênfase foi dada à exploração da história do cinejornalismo no Brasil. A narrativa destacou as primeiras produções da década de 10, passando pela afirmação dessa modalidade cinematográfica em um mercado dominado, em grande parte, pelas produções norte-americanas. Existiu a preocupação de analisar a ação dos cavadores como figuras importantes no desenvolvimento do cinema de atualidades. As décadas de 30 e 40 tiveram como destaque a participação do Estado na produção direta de cinejornais com o *Cinejornal Brasileiro* de Vargas, através do DIP. A década de 50 é a última a ser discutida, na qual a ênfase vai para a produção documental de Jean Mazon e também para a produção do cinema de atualidades, destacando o periódico *Amplavisão*, de Primo Carbonari. Não foi a intenção fazer um retrospecto geral dos cinejornais brasileiros, ao contrário: trata-se de um recorte onde alguns informativos foram levantados e muitos não foram citados.

No final da década de 50, durante o governo JK, surgiram vários cinejornais com o objetivo de cobrir a construção de Brasília; o *Canal 100* era mais um deles, no entanto, a maior parte desses periódicos desapareceu, apenas alguns puderam sobreviver. Essa experiência cinematográfica só foi possível graças à figura do seu produtor e proprietário Carlos Niemeyer. Típico “carioca da gema”, Carlinhos, como era conhecido, virou figura lendária na Zona Sul ao fundar o Clube dos Cafajestes, grupo de amigos boêmios responsáveis, em grande parte, pelo agito da região. Mas apesar de conhecido por ser o rei da noite, Niemeyer teve a grande virada de sua vida ao sair da Força Aérea Brasileira para dedicar-se à carreira de piloto privado, onde tomou contato com Jean Mazon, famoso cineasta criador de numerosos documentários sobre o Brasil. Na Europa, o então fotógrafo ganhou prestígio ao realizar ensaios fotográficos com figuras ilustres da política como

Benito Mussolini e Adolf Hitler. Vale lembrar que esse francês veio para o Brasil na década de 30, por intermédio de Alberto Cavalcanti, documentarista brasileiro de destaque dentro da escola inglesa de documentários (grupo de cineastas responsáveis pela principal produção de cinema documentário na Europa da década de 30; entre os principais documentaristas estão John Grierson, Robert Flaherty e Alberto Cavalcanti). No Brasil, Mazon trabalhou no DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda) e, mais tarde, na revista *O Cruzeiro*. Depois de conhecer a rotina da imprensa brasileira, ele passou a produzir seus próprios documentários, levando imagens das mais variadas regiões do país às telas. O foco central dessas produções era o Brasil e suas belezas, seu caráter alegre e festivo: era a expressão do ufanismo, em um discurso de valorização do sentimento de otimismo.

A ligação de Carlos Niemeyer e Jean Mazon foi significativa. As viagens pelo Brasil, o contato com a realidade interiorana, a exuberância da natureza e, principalmente, o fato de conhecer uma forma de produzir cinema, levou o piloto a abandonar sua carreira nos ares pela incerteza de ser um cineasta em um país subdesenvolvido. Depois de fazer alguns documentários com Jean Mazon, a compra do espólio da empresa Líder Cinematográfica foi o próximo passo rumo a uma modalidade de cinema - o cinejornal - que já na década de 50 não vivia seus melhores dias, afinal, a televisão começava a se tornar popular.

O apoio estatal foi importante para o início das atividades do *Canal 100*, mas ele não foi à única fonte de recursos para as investidas cinematográficas da produtora de Carlos Niemeyer. Muitos filmes de encomenda foram realizados, o que colaborou em muito para viabilidade financeira da empresa.

O posicionamento ideológico do cinejornal foi discutido, numa tentativa de romper com uma certa tradição historiográfica que tem atribuído forte caráter ideológico para esta modalidade de cinema. Filmes por encomenda do IPÊS (Instituto de Pesquisas e Estudos Sociais) feitos pela produtora de Niemeyer foram analisados.

A empresa de Niemeyer se notabilizou por um caráter pluralista, sem posicionamento ideológico claro. Não existia dentro da produtora de Niemeyer um ideal direitista ou esquerdista; o posicionamento ideológico não era uma preocupação. O que prevalecia era o ideal de acumulação de capital, ou seja, o mesmo ideal dos cavadores do início do século XX. Assim, foi possível uma produção que atendesse grupos de tendências diferentes. Um exemplo é a realização do documentário *Os Sem Terra*, que abordava a questão da reforma agrária, a pedido do governador do Rio Grande do Sul, Leonel Brizola, e que acontecia ao mesmo tempo em que eram produzidos filmes de conteúdo conservador como *A Boa Empresa*, discurso favorável à boa imagem do patrão, com claro interesse

de ocultar os conflitos nas relações de trabalho, e, ainda, *Asas da Democracia*, uma apologia à Força Aérea Brasileira, ambos encomendados pelo IPÊS - Instituto de Pesquisas e Estudos Sociais.

O IPÊS era uma organização de empresários do Rio de Janeiro e de São Paulo, fundada em 1961, que desenvolveu intensa propaganda anticomunista através de cursos, conferências públicas e artigos publicados em jornais. Apesar de ser uma instituição de cunho civil, muitos militares faziam parte de seus quadros, a saber: Golbery do Couto e Silva, João Baptista Leopoldo Figueiredo, João José Batista Tubino, Heitor Aquino Herrera, Nelson Reynaldo de Carvalho. Os empresários de destaque eram Israel Klabin, Antônio Gallotti, José Ermírio de Morais e Gilbert Hubert Jr, além de profissionais liberais como Mário Henrique Simonsen, Cândido Mendes, Jorge Oscar de Melo Flores e Paulo Assis Ribeiro. O IPÊS fez dura oposição ao governo Goulart e foi um dos grandes incentivadores do golpe militar de 1964. (CÔRREA, 2005: 26)

Os filmes da produtora de Niemeyer para o IPÊS, produzidos entre 1962 e 1964, tinham o intuito de cultuar os valores capitalistas, católicos e militares e contavam com a direção de Carlos Niemeyer, além da tradicional narração de Cid Moreira, que se tornaria clássica nas edições do *Canal 100*.

A abordagem cinematográfica do *Canal 100* foi, de forma não oficial, condizente com a proposta de leitura do Brasil feita pelo projeto de propaganda política do regime militar, que procurou se distanciar dos tipos clássicos de propaganda. O tom oficial foi abandonado, a atuação do DIP (órgão do governo Vargas durante o Estado Novo, responsável pelo controle, censura e produção cultural no Brasil), ainda mantinha marcas no imaginário popular e o governo sabia da repulsa da população por esse tipo de estratégia oficial de propaganda. Foi necessário encontrar formas diferenciadas de divulgação do seu ideário, amparada em temáticas não oficiais, ou seja, valorizar o clima de otimismo e de alegria do período. Assim foi criado em 1968, no governo do presidente Costa e Silva, a AERP (Assessoria Especial de Relações Públicas), órgão ligado à própria presidência da república e responsável pela propaganda do regime militar. Sua estratégia de propaganda foi elaborar um discurso indireto. Filmes curtos para televisão exaltando a união familiar (*A Boa família*), o sucesso do milagre econômico ou as campanhas cívicas com o famoso catavento verde amarelo, estavam paralelos aos filmes veiculados pelo *Canal 100*, que passou a ser uma revista de variedades, tendo como maior preocupação o entretenimento e a valorização da idéia de um país idílico.

O *Canal 100* participou da divulgação das realizações governamentais de forma velada. O patrocínio dos órgãos governamentais era específico para o futebol, mas o espírito político e atento do produtor Carlos Niemeyer sabia da necessidade de se estabelecer

laços fortes com o governo. Como bom cavador, trazia as imagens do crescimento e do progresso, mas ocultava as reações ao governo. Em todas as edições analisadas não foi possível encontrar nenhuma menção aos movimentos de esquerda. Apesar de haver registros, os estudantes, os movimentos organizados dos trabalhadores e as organizações que fizeram a luta armada não faziam parte da programação do cinejornal.

Para melhor compreender a força do *Canal 100*, foi feita uma análise do cinejornal, primeiro em relação ao seu formato; para isso foi necessário a leitura de algumas edições para compreender a organização interna do cinejornal. As imagens do futebol foram motivo de estudo, já que eram o carro chefe do *Canal 100* e finalizavam todas as edições. Assim, o depoimento de alguns especialistas em fotografia cinematográfica como Kátia Coelho e Walter Carvalho sobre a estética do cinejornal é o marco inicial para a discussão do desenvolvimento de uma narrativa cinematográfica diferenciada sobre o futebol. Se outros periódicos também abordaram o futebol, nenhum conseguiu fazê-lo com tanta poesia quanto a equipe de Niemeyer. Para compreender a plástica das imagens, se fez necessário conhecer as estratégias lingüísticas. A fotografia e a montagem são, brevemente, discutidas numa busca da sua peculiaridade.

A reação positiva dos espectadores às imagens do *Canal 100* era facilitada pela noção de realidade dada pelo conteúdo jornalístico. As imagens da semana, apresentadas como uma revista de variedades, fizeram com que o *Canal 100* se tornasse o grande inovador do cinejornalismo brasileiro. A inovação na forma foi significativa; pela primeira vez um cinejornal deixava a postura séria tradicional, sacralizada pelo Estado Novo, e propunha uma roupagem nova, introduzindo uma série de tópicos variados com uma imagem jovial e leve. Apesar de registrar cenas das grandes manifestações do movimento estudantil como a passeata dos 100 mil, as telas dos cinemas mostravam algo diferente: lá estavam as realizações governamentais, as imagens do Rio de Janeiro, a praia, as belas mulheres e, como não poderia faltar, o futebol.

O futebol foi o tema privilegiado no *Canal 100*, pois, depois de passar pelo noticiário, era esse assunto que finalizava cada edição, trazendo imagens surpreendentes, diferentes daquelas trazidas pelos outros periódicos cinematográficos e da televisão. O Maracanã lotado em dia de Fla-Flu ou o último jogo da seleção brasileira eram de encher os olhos dos espectadores. Um exemplo foi a última partida do técnico João Saldanha no comando da seleção brasileira em 1970. Em um Maracanã quase às escuras foi possível salvar a partida e ver Pelé fazer um gol memorável, graças às lentes de Niemeyer.

Um bom exemplo do que foi o *Canal 100* em termos de imagens do futebol pode ser verificado nas palavras de Nelson Rodrigues ao prever o que seria a cobertura da Copa do Mundo de 1970 no México através do trabalho da equipe de Niemeyer:

O que eu queria dizer é que Carlinhos Niemeyer vai inventar uma nova distância entre o torcedor e o craque, entre o torcedor e o jogo. Não sei se me entendem. Mas vão cessar as fronteiras da tela e a platéia. Imaginem Pelé, em dimensão miguelangesca, em plena cólera do gol. Sua coxa, plástica, elástica, ornamental, enchendo a tela. Tudo que a vitória possa ter de lírico, dramático, delirante, estará esculpido na luz. (RODRIGUES, 1977)

O trabalho de fotografia realizado pelo *Canal 100* deve-se a uma equipe muito bem articulada, mas, precisamente, pelos cinegrafistas Jorge Aguiar, Pompilho Tostes e Walter Torturra. Esse último seria, segundo Walter Carvalho, o grande nome da equipe. Esse pensamento também é compartilhado por Oswaldo Caldeira, que elogia Torturra ao afirmar que: “Havia outros, mas ele era o principal e, na minha opinião e na de muita gente, o maior câmera de futebol de todos os tempos em todo o mundo”. (CALDEIRA, 2005: 49)

Foi a partir da copa do mundo de 1970 que o futebol ganhou seu grande impulso no cinema. Sabemos da importância dessa copa para legitimação e fortalecimento da idéia do “Brasil Maravilha” promovida pelo governo Médici, e as imagens do *Canal 100* reforçavam que “esse é um país que vai pra frente”. Enquanto a televisão mostrava a copa em preto e branco, a equipe de Carlos Niemeyer, com patrocínio da Caixa Econômica Federal, foi ao México e usou de toda a sua técnica para trazer as primeiras imagens coloridas de uma copa do mundo para o Brasil. Com 12 câmaras espalhadas pelo estádio, foi possível visualizar uma outra copa, muito mais poética. O sucesso foi enorme; depois disso não havia quem não conhecesse, no país inteiro, o *Canal 100*.

Segundo Oswaldo Caldeira, o cineasta Joaquim Pedro de Andrade no seu filme *Garrincha, Alegria do Povo* procurou um caminho alternativo e acabou por criar um diálogo com os realizadores do *Canal 100*. Esse diretor, conhecedor e admirador do periódico, teria tentado conseguir cessão das imagens, mas, devido a uma impossibilidade de ordem financeira, não foi possível. A alternativa foi levar a câmera para dentro do campo e explorar novas possibilidades de angulações. As experiências desenvolvidas durante a produção desse documentário resultaram em uma nova forma de filmar o futebol. Caldeira afirma que as inovações de Joaquim Pedro de Andrade acabaram por ser absorvidas pelo *Canal 100*.

As novas posições adotadas a que se refere Caldeira são as câmeras utilizadas, na altura do campo e até mesmo no fosso, não apenas na parte de cima do estádio, na arquibancada. Na cobertura da final do mundial de clubes em que o Santos sagrou-se campeão mundial em 1962, é possível verificar imagens da lateral do campo. Apesar disso, afirmar como faz Oswaldo Caldeira que Carlos Niemeyer passou a adotar as técnicas desenvolvidas por Joaquim Pedro de Andrade parece um pouco especulativo. Para confirmar essa afirmação seria necessário fazer uma leitura atenta de várias edições do *Canal 100* no

período de pré-lançamento de *Garrincha, Alegria do Povo*, o que não conseguimos. É, portanto, pouco seguro validar a afirmação de Caldeira.

As tomadas eram das mais variadas: o close no jogador que acaba de perder o gol ou a cabeceada vista na câmara lenta, onde até as gotas de suor eram registradas; um passeio pela lateral do campo acompanhando o jogador; as várias câmeras espalhadas por todo o estádio. Mas se engana quem pensa que o jogo era o único foco do espetáculo cinematográfico proporcionado pelo *Canal 100*. As imagens da torcida eram grandiosas: gestos, olhares, gritos, enfim toda uma série de expressões capazes de emocionar o público que se tornava parte do espetáculo.

Se o trabalho de composição fotográfica era essencial para o trabalho da equipe de Niemeyer, o mesmo acontecia com o trabalho de montagem. A utilização de recursos de aceleração de cenas visava dar uma maior nitidez às imagens em câmara lenta, fazendo com que cada quadro se valorizasse. Tinha-se uma nova perspectiva do espetáculo futebol, pois, com esses truques, o impossível, na arquibancada ou na televisão, se fazia, ou seja, os detalhes perdidos para o torcedor eram explicitados e as imagens isoladas ou em conjunto transformavam-se em um grande espetáculo.

João Luiz Albuquerque afirmou que as lentes do *Canal 100* eram capazes de salvar uma partida. O que em campo não havia empolgado era trabalhado com uma bem-sucedida montagem e sonoplastia, tornando as tomadas significativas e interessantes.

Futebol e música passavam a fazer parte de um único discurso, pois o que anunciava o início da bola rolando na tela era a música *Na cadência do samba*, de Luiz Bandeira. Ao ouvir “Que bonito é”, o público era tomado por uma profunda emoção, não de levar as lágrimas, mas de fazer o espectador acompanhar cada imagem, cada gesto, cada gol feito ou perdido como um momento de prazer estético único.

O fim do *Canal 100* está vinculado a dois fatores básicos: o primeiro é sua viabilidade financeira sem o auxílio de órgãos federais na medida em que vai ser extinta a obrigatoriedade da exibição dos informativos, o segundo é a própria concorrência da televisão que, em termos de apelo popular, era um investimento muito mais interessante para os patrocinadores.

O modelo de cinejornal começou a demonstrar desgaste já na década de 50. Analisando os jornais da época é possível encontrar críticas à obrigatoriedade dos cinejornais nos cinemas brasileiros. A grande crítica feita pela imprensa é a péssima qualidade técnica, mas também ao próprio formato que passou a ser visto como um estorvo para aos cinéfilos. A cobertura de festas, eventos políticos ou da alta sociedade deixavam de ser um atrativo para o público.

Esse tipo crítica já acontecia no período anterior ao surgimento do *Canal 100*, demonstrando a insatisfação com o modelo de informativo. Afinal, a década de 50 é o período em que a televisão surge, ainda de forma experimental, mas vai se firmar como grande veículo de massas nas décadas seguintes. De qualquer forma, as críticas não param por aí: em 1978 o deputado federal Gerson Camata apresentou, na câmara dos deputados, um projeto de lei visando o fim da obrigatoriedade de exibição dos cinejornais. A atitude do parlamentar vem confirmar o pensamento do jornal *A Rua*, da década de 50, sobre o desgaste dos informativos cinematográficos.

O projeto do deputado Camata causou irritação no meio dos produtores dos filmes de atualidades. Entre todas as vozes que se levantaram para criticar a medida, uma das mais enfáticas foi a do produtor do *Canal 100*, Carlos Niemeyer, que, ao saber da idéia demonstrou indignação.

O primeiro argumento para a manutenção da obrigatoriedade de exibição dos cinejornais dado por Carlos Niemeyer é de caráter sentimental, procurando na preservação do emprego de seus funcionários a razão para a manutenção de suas atividades. Mas a defesa dos informativos ganha mais consistência a partir do momento que os produtores começam a ter, como argumento central, a idéia dos cinejornais como guardiões da memória nacional, afinal, as imagens da história do Brasil do século XX foram registradas e mantidas em película, e que deveria ser, portanto, segundo os produtores dos cinejornais, mantida a produção desses periódicos para continuar prestando esse tipo de serviço social a toda a sociedade brasileira.

O projeto do deputado Gerson Camata não foi aprovado, mas a partir daquele momento a produção dos informativos cinematográficos passou a ter que se preocupar, ainda mais, com a possibilidade de sua extinção. Ao analisar dezenas de roteiros do *Canal 100*, particularmente, dos anos de 1983 e 1984, verificamos uma constante preocupação em valorizar as atividades dos cinejornais, o que podemos confirmar na edição comemorativa dos 90 anos de cinema.

Apesar de defender a produção dos cinejornais com o intuito de garantir a sobrevivência do seu informativo, Carlos Niemeyer não teve como competir com o declínio da popularidade do cinema que, no início da década de 80, começou a sentir a forte concorrência da televisão. Como afirma Vamireh Chacon, o número de salas de cinema fechadas entre 1982 e 1983 foi de aproximadamente 300. Se aliarmos a essa informação o fato do preço do filme virgem ter aumentado em torno de 600%, temos aí uma situação problemática para os produtores brasileiros. O custo dos filmes aumentou e os cinejornais precisaram aumentar sua renda para se manterem, o que, para o *Canal 100*, foi possível até o início de 1986, quando cessou os contratos com as empresas estatais. Era o fim de uma produção de quase de três décadas.

A produção da memória é instrumento estratégico de dominação do ponto de vista político, mas também de mercado dentro de uma tradição liberal. Conservar a imagem de um produto ou de uma empresa é preservá-la e reconhecer seu potencial de permanência dentro da ordem capitalista. É dentro desse prisma que podemos compreender a ação da produtora de Niemeyer. Os caminhos trilhados pela produtora intensificaram uma estratégia de reforço de uma memória coletiva, a partir do resgate da memória individual. Evocando memórias individuais de um grupo, estamos criando, segundo Le Goff, uma memória coletiva, mas, acima de tudo, provocamos as condições para efetiva existência da identidade do seu duplo aspecto, individual e coletivo. A identidade coletiva também é parte do potencial da memória.

A preocupação de Carlos Niemeyer foi, ao término das atividades do *Canal 100*, trazer o velho informativo de volta à atividade. Isso não foi viável, uma vez que o cinema não tinha mais a obrigação legal de exibir os cinejornais. Somente em 1997 foi possível reviver os velhos tempos e algumas edições de um novo *Canal 100* foram para o ar, mas sem vida longa. A falta de patrocínio revelou-se um empecilho para uma produção tão acostumada com o apoio financeiro estatal. A Petrobrás foi a única empresa a patrocinar o *Canal 100* na sua volta, mas o custo de produção não era coberto, já que os filmes eram veiculados sem receber nada dos exibidores: contava apenas com a possibilidade de *merchandising*.

Sem o patrocínio do Estado e sem uma legislação protecionista, ficou clara a necessidade de encontrar novos caminhos para a produção do *Canal 100*. A estratégia tomada foi tentar fazer do arquivo acumulado ao longo de três décadas uma fonte de recursos. Com um acervo de mais de 1.500 horas de filmes gravados, Carlos Niemeyer levou adiante a idéia de utilizar essas imagens em novos documentários.

Ao longo desta pesquisa foi possível refletir sobre a tarefa do historiador e seu papel na sociedade. A cada descoberta, a cada novo material analisado, a cada leitura, tudo fazia com que se concretizasse a idéia do historiador Robert Darton, segundo a qual o historiador não busca o passado apenas pelo prazer de ficar nos arquivos, tomando contato com papel embolorado, mas, através do resgate do passado, livrar os homens de um mundo unidimensional e alargar os horizontes.

Recebido em agosto/2007; aprovado em outubro/2007.