



Cotidiano e cultura no Rio de Janeiro na década de 1950: os cinejornais da Agência Nacional

Renata Vellozo Gomes

O artigo explora os resultados analíticos da pesquisa de um conjunto de cinejornais da série Cine Jornal Informativo produzido pela Agência Nacional. Focaliza as imagens da cidade do Rio de Janeiro, capital federal durante a década de 1950, contemplando estritamente as imagens que revelam o cotidiano cultural dos cariocas.

Rio de Janeiro, cinejornal, cotidiano, cultura.

Cinejornal

Os irmãos Auguste e Louis Lumière, que inventaram o cinematógrafo, foram os primeiros a reproduzir cenas do cotidiano, incluindo paisagens e fatos históricos. Mas o primeiro jornal de atualidades criado oficialmente foi o dos irmãos Pathé (Émile e Charles) em 1909.¹ Foram inúmeras as tentativas para firmar a prática cinejornalística. Georges Sadoul conta que Pathé começara a influenciar a sociedade com seus dizeres “o cinema é o jornal, a escola e o teatro de amanhã”.² Não tardou para que surgissem no mundo inteiro centenas de cinejornais. Um dos primeiros do Brasil, aliás, teve a marca Pathé “copiada por Arnaldo e Cia., em 1910 atuando como cinegrafista Marc Ferrez”.³

Parece forte a referência de que o cinejornal tem influência do cinema documentário, mesmo que esses dois tipos de modo cinematográfico tivessem surgido paralelamente. Suas características comuns compreendem não só a boa fotografia, mas a obediência às regras de roteiro preconcebido e de idéia previamente planejada. O *Dictionnaire de Cinéma Larousse*⁴ informa que quem primeiro desenvolveu cinejornais foi Charles Pathé, que produziu o chamado *Actualités*. A definição de cinejornal pode ser encontrada na *Enciclopédia do Cinema Brasileiro*,⁵ em que o surgimento desse meio de comunicação é apresentado de acordo com os acontecimentos históricos dessa prática em seu país de origem, a França, e a incorporação da mídia por variadas produtoras no Brasil.

O cinejornal pode ser entendido como filme jornalístico de curtíssima duração veiculado nas sessões de cinema antes dos filmes de longa-metragem, composto por pelo menos quatro pequenas reportagens, totalizando em geral de seis a oito minutos de exibição. O resultado é o registro filmico das notícias mais importantes de uma semana. A quantidade de assuntos desses documentos visuais varia de acordo com quem o produz, e os temas eram escolhidos conforme a relevância para o momento que se vivia – cultura, esporte, governo e às vezes acontecimentos inesperados. As exceções são os cinejornais de tema único, que tomavam o tempo de um cinejornal tradicional, como, por exemplo, uma parada militar, contemplando quase todas as seqüências do desfile, ou aqueles destinados exclusivamente à cobertura dos campeonatos de futebol. Outras denominações são: cineatualidades, jornal da tela, jornal cinematográfico, filme periódico ou semanal.

O cinejornal tem por função principal informar e é elaborado a partir de pauta preestabelecida. O responsável, uma espécie de editor, determinava o que as equipes filmariam, depois de se ter informado de véspera em jornais e através de suas fontes. O percurso da produção, portanto, envolve as seguintes etapas: escolha do assunto a ser registrado, redação do roteiro e a captação das imagens em que acontece a ação. Pedidos de autorização para filmagens também eram formalizados na etapa de pré-filmagem. Depois, de volta ao estúdio, tratava-se da sonorização, composta por narração e fundo musical.

Equilibristas no Castelo
Fonte: *Cine Jornal Informativo*
vol.2, n. 24

**Copacabana Palace.
Festa de caridade em prol
do lar da criança**
Fonte: *Cine Jornal Informativo*
vol. 2 n. 24

A Agência Nacional

Foi a agência oficial de notícias do governo brasileiro, e sua atuação como empresa pública de comunicação estendeu-se por mais de três décadas. Instituída em 1946, para substituir de fato o desgastado Departamento de Imprensa e Propaganda – DIP, compreendeu diferentes mandatos presidenciais e, particularmente, período histórico de empreendimentos pela modernização do Brasil. Para que a transição entre um e outro não fosse tão brusca, durante um ano o Departamento Nacional de Informações entrou em vigor para reformular as atividades do órgão. Tudo o que restou da Agência Nacional e dos órgãos que a antecederam⁶ foi guardado no Arquivo Nacional como acervo da Presidência da República. O mapeamento de todo esse material foi realizado pelos pesquisadores do Arquivo Nacional no início da década de 1980. Nesse empenho, as tarefas convergiram para averiguar se tais documentos pertenciam de fato a algum órgão oficial e tentar esclarecer sua existência e trajetória, tal qual um quebra-cabeças.

É importante enfatizar a dificuldade de mapear a abrangência das atividades da Agência, visto que o recolhimento dos documentos desse acervo é parte do esforço de não se perder a memória da administração pública brasileira. Conta-se a história justamente através do que restou, do que ainda existe como objeto: em papéis (documentos, cartas, fotografias), películas de filmes e arquivos sonoros. Em suas origens, o papel fundamental de um órgão dessa natureza compreendia estudar a utilização do cinematógrafo, da radiodifusão e dos demais processos técnicos e meios que servissem como instrumento de difusão. Era de sua responsabilidade estimular a produção de filmes educativos, favorecendo sua circulação. Durante o período do antecessor Departamento de Propaganda e Difusão Cultural, entrou em vigor o Decreto n. 21.240, de 04/04/1932, pelo qual o Estado começa a levar a sério a cultura cinematográfica e sua potencialidade difusora; visava o decreto favorecer a circulação, exibição e classificação desses filmes.

Além dos cinejornais, uma agência de notícias do governo tem como atribuições distribuir à imprensa o noticiário e o material fotográfico de eventos oficiais. Podemos, aliás, afirmar que essa é sua atividade fundamental; lhe é, porém, pertinente também a publicidade dos órgãos governamentais, tema de grande atuali-

dade, quando denúncias de propagandas “superfaturadas” desafiam nossa crença no correto emprego de dinheiro público pelo Estado. Poderíamos questionar a necessidade de o Estado ter sua própria agência de notícias.

Compreendemos que a prática de cinejornais no Brasil remonta ao início do século 20, e que aos poucos foram crescendo o número de produtoras atuantes. A Rossi Atualidades, de Gilberto Rossi, em 1921 conseguiu apoio estadual do governo de São Paulo por intermédio do Partido Republicano Paulista – PRP, que também tinha influências nas esferas municipal e nacional. O apoio consistia no patrocínio da produção de filmes, e em contrapartida os cinejornais faziam propaganda do andamento do governo,⁷ ou seja, o Estado já estava então atento às possibilidades da imagem cinematográfica. Curiosamente, Rossi encerra suas atividades em outubro de 1930, justamente quando o PRP sai do poder! Com a criação do Departamento de Imprensa e Propaganda, em 27 de dezembro de 1939, durante o Estado Novo, a produção de uma imagem do governo pelo próprio governo começa a se tornar mais concreta. Para os cinegrafistas, a atividade cinejornalística significava seu “ganha-pão”, uma maneira de estar em atividade, de aperfeiçoar a técnica, de ter contato com as novidades de som e iluminação.

O Cine Jornal Informativo – cotidiano e cultura

O cinejornal analisado é o *Cine Jornal Informativo*, cuja edição mais antiga data de 1950. Investigam-se principalmente as imagens que tratam dos aspectos da vida cotidiana do Rio de Janeiro. Norteia o trabalho o fato de esse cinejornalismo ser produzido e distribuído pelo governo federal, com o objetivo de irradiar para todo o país através da rede de cinemas um modelo de sociedade, a carioca, e as deliberações do governo. Lembremos que a periodicidade do cinejornal era semanal; e a necessidade de renovar o conteúdo a cada sete dias aponta para a quantidade da produção.

Outra observação importante diz respeito ao fato de os arquivos sonoros nem sempre terem sido preservados. Por isso, em muitos cinejornais não há informação narrativa que acrescente dados para a análise. Em todo caso, a mensagem lingüística de primeira instância é o título⁸ do cinejornal. A narração, assunto de debate na aula sobre os cinejornais no curso de Histó-

ria do Documentário Brasileiro,⁹ visa reforçar as imagens do *jeito* que elas são exibidas, o que torna a imagem ilustração daquilo que se conta. A voz é instância de autoridade, de um ser maior, onipotente, que detém a verdade sobre os fatos.

Do catálogo disponível no Arquivo Nacional constam 228 cinejornais só da década de 1950. A quase-totalidade contém de três a cinco assuntos e repete a figura presidencial nas atividades oficiais: entrega de credenciais a embaixadores, recepção de políticos, discurso, homenagens pelo dia da pátria, encontros com dirigentes do governo, viagens, inauguração de obras... A notícia sobre as deliberações do presidente é sempre a que inicia o cinejornal, marca do noticiário da Agência Nacional. Da leitura atenta dos títulos do catálogo referentes aos anos 50, foram selecionados 157 para visualização.

Servimo-nos da semiologia para elaborar a análise das imagens de cada cinejornal selecionado, já que esse método entende que a imagem comunica e transmite mensagens e que cada imagem é constituída de signos (sinais) que dão sentido ao todo. Assim, só temos signo quando ele exprime idéias, provoca na mente de quem percebe a imagem atitudes interpretativas.¹⁰ A análise se apóia em *Introdução à análise da imagem*, cuja autora, Martine Joly, traça minucioso panorama dos estudos da imagem, desde F. Saussure e C. S. Peirce até Roland Barthes.

Jogos Infantis – Solene
abertura no Estádio do
Fluminense
Fonte: *Cine-Jornal Informativo*
vol. 2 n. 21



As imagens analisadas fazem parte dos aspectos sociais e culturais da sociedade carioca da década de 1950, o que, pelo recorte da etnografia cultural, nos leva a tratar de cultura e cotidiano. Sobre cotidiano, podemos nos apropriar das reflexões de Michel de Certeau, cuja sensibilidade estética é acionada por sua constante capacidade de se maravilhar. O que ele denomina artes de fazer é o estilo, jeito ou maneira; e paisagem de pesquisa, o local onde se desenrolam as ações.¹¹ Certeau aborda também as práticas de consumo que fazem parte do sistema cultural e certa marginalidade da maioria. Sobre o império (ou cultura) do olhar, ele afirma que “a realidade é medida pelo ato de mostrar ou de se mostrar, transformando a comunicação em viagens do olhar. É uma epopéia do olho”,¹² percurso que aproveitaremos nas análises das imagens dos cinejornais da Agência Nacional.

Segundo Roque de Barros Laraia,¹³ cultura é todo o comportamento aprendido, independente de transmissão genética. O homem é o único ser possuidor de cultura, o que o distingue dos demais seres vivos – ele é resultado do meio cultural e da experiência adquirida. Pela comunicação oral recebem-se informações que reúnem o conhecimento acumulado do grupo social. A possibilidade de comunicar faz a diferença e determina a continuidade ininterrupta do processo de acumulação. A linguagem humana é produto da cultura. Não existiria cultura se o homem não tivesse a possibilidade de desenvolver um sistema de comunicação oral pelo qual repassa conhecimentos e experiências de uma geração a outra. As linguagens que o homem desenvolve são várias, a visual entre elas. Nesse sentido, o cinejornal, ao documentar hábitos como ir à praia, festejar o carnaval, reunir-se em multidões para se manifestar repassa costumes recorrentes ao longo de várias gerações e que foram utilizados como instrumento de influência e modelo a ser seguido. Faremos, portanto, uma etnografia de arquivo, selecionando dos cinejornais da Agência Nacional alguns aspectos sociais ou culturais dos cariocas nos anos 50.

Imagens da vida

Dos vários temas abordados pelo conjunto de cinejornais estudado, todos referentes ao cotidiano cultural dos cariocas, selecionamos para tratar neste artigo crianças e mulheres. Desse universo, algumas imagens orientam nossas reflexões: fotogramas desses cinejornais, imagens especiais, que concentram

apelo estético diferenciado, o que não é o padrão de um cinejornal produzido pelo Estado.

O tema crianças foi escolhido pela raridade de sua presença nos cinejornais da Agência Nacional, que, por isso mesmo, quebra o ritmo rigoroso das notícias oficiais e as mostra como uma categoria da nação brasileira, “o Brasil de amanhã”, que o Estado inclui na engrenagem que move a pátria.

O *Cinejornal Informativo* n. 2¹⁴ mostra, em seus dois minutos e 18 segundos de duração, a abertura dos jogos infantis: o desfile dos representantes de todos os clubes cariocas que irão participar da competição, o juramento dos atletas infantis, bem como a arquibancada, lotada de espectadores, crianças e adultos. O local da ação é o Estádio do Fluminense, no bairro de Laranjeiras, Zona Sul da cidade. Aqui fazemos referência de uma época em que boa parte da vida do carioca foi a convivência em clubes. A interação social, através das atividades de lazer, como os jogos e os banhos de piscina, e de eventos como bailes, almoços, festas de final de ano, de carnaval, formava o calendário de seus sócios e gerava toda uma movimentação cultural. Destacam-se os bailes de debutantes, a festa que apresenta as moças de 15 anos à sociedade do clube. O vestido longo e a valsa dançada com o pai são indícios desse tipo de festa que permanecem como tradição na contemporaneidade.

Na seriedade do pequenino representante do Clube Vasco da Gama durante o desfile de abertura dos Jogos Infantis de 1951, observam-se elementos visuais bastante opostos e propiciadores de reflexão. Ele caminha à frente de seu grupo, destacado também pelo personagem que assume, paramentado, usando chapéu com a cruz de malta, marca do clube que defende, carregando espada maior do que sua estatura. Sua seriedade é proporcional à responsabilidade que lhe foi atribuída – se ele falhar, prejudica o andamento dos demais participantes do seu clube. Reiteramos alguns detalhes curiosos, elementos visuais bem opostos: a espada em altura superior à da cabeça, o que o deixa ainda mais pequenino, e o semblante sério, que transparece controle no manusear da arma. A arma e a criança também formam um aspecto antagônico, pois a categoria criança pode remeter às idéias de um ser puro, tranquilo e ingênuo. A arma é ameaça, é luta, é um aspecto da defesa, de confronto.

Os desfiles beneficentes no Copacabana Palace¹⁵ mobilizavam a alta sociedade carioca e faziam parte de um calendário tradicional de eventos na cidade. A venda dos ingressos para o chá seguido de desfiles era revertida para as instituições de caridade e entidades assistidas pelas senhoras da sociedade, um aspecto do trabalho de filantropia que elas promoviam, enfatizando o fato de que o Rio ditava a moda então. No período que tomamos como limite referencial a Agência Nacional produziu quatro cinejornais sobre esse tema.

Os salões do Copacabana Palace são um templo das festas mais glamourosas e chiques do Rio de Janeiro. Bailes, festas de casamento, encontros sociais e tantos outros eventos, são a marca desse lugar que entra no século 21 desempenhando ainda função equivalente. Esse espaço *viveu* a efervescência da movimentação das tardes de chá com desfiles que marcaram época. Na platéia, que comparecia impecavelmente vestida e se organizava em mesas, dispostas perpendicularmente à passarela, muitas vezes estão também esposas de políticos e até a primeira-dama do país. No salão, repleto, quase não há espaço de circulação entre as mesas. Contudo, durante a análise de todos os filmes pôde-se perceber que em metade do salão não há passarela, o que leva as manequins a desfilarem pelo chão, em uma parte mais aberta, onde as mesas estão mais afastadas.

Não só de convidadas e manequins – muitas vezes moças da sociedade – se compõe o ambiente onde tudo acontece. A tarde de eventos também conta com a participação de músicos, que são responsáveis por animar a festa, embora o som do conjunto não seja inserido na edição do cinejornal. Piano, contrabaixo, violão, e uma leve percussão acompanham uma voz feminina. Por entre as mesas circulam garçons, fotógrafos e repórteres.

Um dos poucos *closes* que temos é justamente de uma modelo fora do palco elevado, em meio aos convidados. O olhar da moça flagrado pelo cinegrafista é bastante misterioso e sedutor. Ela encara a câmera, sua postura eleva sua condição de modelo, na responsabilidade de transvestir os conceitos empregados na indumentária que apresenta. Seu braço levemente apoiado à cintura é característico da pose de charme e encantamento, típica das modelos que têm a função de mostrar deslumbramento e glamour em todas as suas ações. O chapéu grande e negro, forma uma aura

em torno de seu rosto iluminado pelo lado esquerdo. Atrás da presença da principal figura feminina da imagem, outros três personagens aparecem, solitários e, por que não arriscar dizer, distantes da cena em primeiro plano. O casal que se encontra sentado junto à mesa parece estar tão imerso em seu mundo privado, que não se identifica com a ação do desfile. Seus olhares são mantidos entre eles mesmos. Quanto à senhora à direita da imagem, usando roupa escura, chapéu e aplique de flores na blusa, está virada em outra direção, compenetrada com atenções fora da imagem. Podemos ter a sensação de que o salão está vazio, que é composto apenas por esses quatro personagens, tamanha a amplitude que se instaura na perspectiva resultante desse fotograma. A análise desses detalhes clareia a sensação de que a imagem tem uma figura e fundo bem definidos. A figura é a modelo que posa para nós; o fundo é o cenário em que acontece seu caminhar, complementado pela platéia solitária, tão antagônica às imagens anteriores.

Trata-se de um clima bem *parisiense*, pois a imagem também se relaciona com o interior dos cafés da capital francesa, cujo ambiente propicia a conversa íntima, a degustação de chá ou café e o total esquecimento do tempo, que continua a contar no lado de fora. A posição das mesas, os pontos de iluminação artificial na parede, o detalhe decorativo da mureta junto às mesas também são signos icônicos que convergem para essa proposição.

Nada mais apropriado do que relacionar o ambiente do chá seguido de desfile de modas no Hotel Copacabana Palace com a cidade de Paris, que é a capital por excelência da moda no mundo e exporta hábitos, como eventos desse tipo, para outros lugares. O Rio de Janeiro, então, sendo o palco, ou melhor, a vitrina de todas as novidades contemporâneas, é o chão fértil para que costumes como esses sejam vivificados e reproduzidos. A marca da cidade carioca como o lugar em que as modas nascem e se pulverizam tem nos desfiles do Copa chamariz fundamental.

Obtivemos recortes de cenas bonitas e positivas da vida social na cidade. Não selecionamos imagens com facetas de pobreza ou de desigualdade social, ou qualquer forma de protesto contra o Estado. Esse caráter exprime o perfil do tipo de cinejornal produzido pela Agência Nacional, que procurava colocar em evidência cenas de uma cidade feliz, exatamente para fazer

propaganda de uma gestão governamental bem-sucedida e das idéias do governo. O cinejornal é apenas um dos veículos para tanto. Mesmo assim, a importância de documentos visuais como esses é enorme, por sua função de guardiões da memória social da cidade do Rio de Janeiro, posto que têm a potencialidade de propagar características culturais e do cotidiano da sociedade carioca. São registros de um conjunto de ações, e observamos o que essas imagens são capazes de revelar sobre a vida na cidade.

Renata Vellozo Gomes é mestre em Artes Visuais pelo PPGAV/ EBA-UFRJ. Este artigo resume alguns aspectos discutidos ao longo de sua dissertação de mestrado apresentada à linha de pesquisa Imagem e Cultura, intitulada *Cotidiano e cultura: as imagens do Rio de Janeiro nos cinejornais da Agência Nacional nos anos 50*, sob a orientação do professor doutor Rogério Medeiros.

Notas

- 1 Tulard, *Dictionnaire du Cinéma. Acteurs. Producteurs. Scenaristes. Techniciens* Paris Editions Robert Laffont, 1984: 71, tradução da autora.
- 2 Sadoul, Georges. *Histoire de l'art du cinéma* Paris: Flammarion, 1985: 49, tradução da autora.
- 3 *Enciclopédia do Cinema Brasileiro*. São Paulo: Senac, 2000: 133.
- 4 Passek, Jean-Loup (org.). *Dictionnaire du cinéma (L-Z)*. Paris: Larousse, 1995: 1.649.
- 5 *Enciclopédia do Cinema Brasileiro*. Senac, 2000: 133-135.
- 6 São órgãos de mesma função com nomenclaturas diferentes, de acordo com os períodos históricos de suas vigências.
- 7 Morettin, Eduardo. Palestra no Curso de História do Documentário Brasileiro. Cinemateca do MAM, Rio de Janeiro em novembro de 2006.
- 8 Joly, Martine. *Introdução à análise da imagem*. Campinas: Papius, 1996: 108.
- 9 Promovida pela Associação Cultural Tela Brasilis de outubro a dezembro de 2006, na Cinemateca do Museu de Arte Moderna, Rio de Janeiro.
- 10 Joly, op. cit.: 29.
- 11 Certeau, Michel de. *A invenção do cotidiano 1. Artes de fazer*. Petrópolis: Vozes, 1994: 35.
- 12 Idem, *ibidem*: 48.
- 13 Laraia, Roque de Barros. *Cultura: um conceito antropológico*. Rio de Janeiro: Zahar, 2006, 19a ed.
- 14 *Cine Jornal Informativo* v. 2 n. 21. "Logos Infantis - Solene abertura no Estádio do Fluminense."
- 15 *Cine Jornal Informativo* v. 2 n. 24. "Copacabana Palace. Festa de caridade em prol do lar da criança."