

## **Características de produção da Coluna Social ao longo do século XX: dos EUA ao RS<sup>1</sup>**

DORNELLES, Beatriz (Pós-doutora)<sup>2</sup>

**Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS)**

**Resumo:** Este trabalho parte de uma pesquisa historiográfica e documental sobre a produção da Coluna Social ao longo do século XX, desde sua origem, nos Estados Unidos, suas marcas históricas no Brasil e sua introdução no interior do Rio Grande do Sul. Objetivou-se localizar as principais características da coluna social ao longo do século XX (desde o seu surgimento) e, a partir delas, identificar as diferentes fases pelas quais passou, efetuando uma periodização a partir das mudanças ocorridas. Apresentamos a divisão, de forma não linear, em quatro etapas: de 1920 a 1940; de 1940 a 1950; de 1960 a 1980; de 1990 ao século XXI. Realizamos a análise a partir da linguagem, enfoque, fontes, temática e modificações que sofreu na sua forma de produção. Concluiu-se que os colunistas gaúchos foram influenciados por colunistas da grande imprensa dos anos 40, 50 e 60, mantendo o mesmo modelo até o final do século XX. As colunas sociais sofrem muitas críticas dos assinantes de jornais por serem conservadoras, manterem uma mesmice no seu fazer e não demonstrarem interesse por inovações. Elas mantêm um estilo respeitoso, sério, elogioso, poético (dependendo do colunista), e, quase sempre destacando as mesmas pessoas e as mesmas abordagens dos temas tratados. Se não houver estratégias para conquista dos novos leitores, elas parecem estar fadadas a desaparecerem no século XXI.

**Palavras-chave:** Coluna social; produção da notícia; colunista social.

### **Contribuições para história**

Dentre os gêneros textuais do jornalismo opinativo, a coluna popularizou-se entre jornalistas e escritores do noticiário brasileiro, servindo, inclusive, para consagrar nomes de profissionais que inovaram e criaram marcas pessoais, utilizando-se desse expediente. Dentre os vários tipos de colunas que se firmaram ao redor do mundo, está a “Coluna Social”, utilizada para representar a trajetória de vida das elites da sociedade, o que elas fazem de suas vidas e como o fazem, que valores permeiam suas mentes e como interagem entre si e com as demais camadas sociais de menor poder aquisitivo (GONÇALVES, 1999). Outra contribuição da coluna social para o Jornalismo é compreender o papel do colunista e suas relações com a elite,

---

1 Trabalho apresentado no GT História da Mídia Impressa, integrante do 10º Encontro Nacional de História da Mídia, 2015.

2 Prof<sup>a</sup> titular do PPGCom da Faculdade de Comunicação Social (Famecos), da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Pós-doutora em Jornalismo pela Universidade Fernando Pessoa (Porto/PO). Doutora e mestre em Jornalismo pela Universidade de São Paulo (USP). Pesquisa financiada pelo CNPq.

estabelecendo, assim, um parâmetro de comportamento para a cobertura jornalística desse setor pelos profissionais que ingressam na área ou que desejam atuar como colunistas sociais.

É o caso, por exemplo, do notório jornalista Ibrahim Sued (SUED, 2001), que ao longo de 45 anos (1950-1995) trabalhou como colunista social na imprensa carioca. Sua primeira coluna começou a circular em 1951 e apresentou um estilo pessoal, aberto, espontâneo e agressivo. Suas notas não retrataram apenas as “fofocas e a vida mundana das elites”<sup>3</sup>, conteúdo típico desse gênero àquela época, mas difundiam notícias de política, economia, comportamento, moda, artes, internacional e cultura em geral, o que deu uma amplitude à área de ação desses profissionais.

O jornalista Ibrahim Sued<sup>4</sup> foi, por longos anos, referência para os colunistas sociais que se espalharam pelos jornais do país, tendo, especialmente, ampla aceitabilidade nas cidades do interior do Brasil. Por muito tempo, Ibrahim Sued representava o colunismo social no Rio de Janeiro e era referência nacional para os jornalistas.

Acreditando no valor cultural, social e histórico do noticiário desse gênero para a história do jornalismo brasileiro, efetuamos uma análise historiográfica e documental, visando identificar as principais características da coluna social ao longo do século XX (desde o seu surgimento) e, a partir delas, identificar as diferentes fases pelas quais passou, apresentando uma periodização a partir das mudanças ocorridas.

Verificamos o modelo de coluna social desde sua origem, nos Estados Unidos, como se desenvolveu no Brasil e como foi introduzida na imprensa gaúcha do interior. Apresentamos uma análise a partir da linguagem utilizada, o enfoque, as fontes, a temática e as modificações que sofreu ao longo de sua história, no que se refere à forma de produção da coluna social. Especialmente com o auxílio de pesquisas realizadas por historiadores, além de algumas da área de comunicação, apresentamos, de maneira sucinta (por restrição de espaço) momentos e pessoas marcantes na história da coluna social<sup>5</sup>.

---

<sup>3</sup> Grifo nosso.

<sup>4</sup> Indica-se a leitura do livro *Ibrahim Sued: Em sociedade tudo se sabe*, organizado por Isabel Sued. Rio de Janeiro: Ed. Rocco, 2001.

<sup>5</sup> Não estabelecemos entre nossos objetivos tratar de todos os colunistas que fizeram história no Brasil, servindo de modelo a quase todos os colunistas de cidades do interior. Se assim o fosse, não poderíamos

No início da década de 50, do século passado, eram raros os jornalistas chamados de “colunista social”. Mais difícil ainda era encontrar profissionais que atuassem no meio social, sem se fazer valer das “fococas e de se deliciar com as festas da elite, sem nenhum senso crítico”<sup>6</sup>.

Ibrahim Sued é uma marca do colunismo social brasileiro. Na coluna *Zum-Zum*, de sua autoria, publicada no jornal *Vanguarda* (RJ), o colunista apresentou um estilo próprio de noticiar o mundo e a elite carioca (TRAVANCAS, 2000). Ibrahim<sup>7</sup> nasceu em Botafogo, no Rio de Janeiro, a 23 de junho de 1924. Ganhou fama e notoriedade dentro e fora da profissão escrevendo suas colunas com personalidade, inventando termos e chavões, lançando personagens, criando modismos, elogiando e criticando pessoas famosas como bem entendia, sem temer as consequências. Tal comportamento colocou Ibrahim no topo da história do colunismo social brasileiro.

### **Origem da coluna social: de 1920 a 1940**

Apesar da fama de Ibrahim, no Brasil, a criação da coluna social é 30 anos mais velha que o período de início de sua atuação. A origem da coluna social, no formato que se apresentou durante quase todo o século XX e início do XXI na imprensa brasileira, tem uma história que começa na década de 20, do século XX, nos Estados Unidos. Com quase 100 anos de criação, a história dessa seção tem origem em determinado contexto histórico e passa por vários momentos e reformulações jornalísticas, sempre relacionados aos acontecimentos sociopolíticos, econômicos, culturais e tecnológicos que marcam a sociedade naquele período.

A coluna social contribuiu e inovou para a evolução dos critérios de noticiabilidade tradicionais. A bibliografia sobre esta seção do jornal é escassa, os estudos são mínimos e os trabalhos científicos quase inexistem nos estudos acadêmicos do Jornalismo. Os autores que tratam de “Colunismo” parece prestarem mais atenção

---

deixar de citar o influente trabalho de Zózimo, que deixou um conjunto com mais de 170 mil notas, publicadas ao longo de 28 anos de trabalho na imprensa carioca. Zózimo começou a carreira em 1966, quando assumiu em O Globo a coluna Carlos Swann, que fora escrita antes por Ibrahim Sued. Também é de grande valor para a história do colunismo social o trabalho de Ancelmo Góis, n’O Globo, e Boechat, no JB. De igual importância é a obra de Paulo Raymundo Gasparotto, que exerceu o colunismo nos principais diários de Porto Alegre a partir de 1961.

<sup>6</sup> Grifo da autora.

<sup>7</sup> Neste trabalho iremos nos referir aos colunistas da forma como eles ficaram conhecidos. Portanto, não utilizaremos a ABNT (último sobrenome do autor) no que se refere à citação dos colunistas.

nas notas políticas ou econômicas, dentro das colunas sociais, pois poucos centralizaram suas análises na “representação da elite brasileira e de sua influência nas demais classes sociais”.

Em nossa pesquisa, procuramos apresentar um breve histórico do surgimento da coluna social e seu desenvolvimento. A leitura analítica da bibliografia mostrou mudanças ocorridas em sua produção ao longo de um século, revelando como ela acompanhou a evolução do jornalismo nesse período e, também, como a elite brasileira foi representada pelos jornalistas.

A coluna social foi criada pelo jornalista norte-americano *Walter Winchell*, nascido em Nova York, em 1897, filho de imigrantes judeus. Winchell nasceu em uma família pobre e assim passou grande parte de sua juventude. O primeiro trabalho de Winchell, antes de se profissionalizar, consistia em escrever fofocas dos bastidores das peças teatrais nas quais atuava, que eram divulgadas pelos boletins informativos da área teatral (TRAVANCAS, 2000). Na década de 1920, após tornar-se jornalista profissional, Winchell pôs em prática seu sonho: uma coluna de fofocas sobre os ricos e famosos da época. Nasceram ali as *gossip columns* (colunas de fofocas).

Até aquele momento, as notícias sociais publicadas nos Estados Unidos eram muito próximas àquelas intituladas, no Brasil, como “Sociais”, ou seja: relatos respeitosos sobre personagens da alta sociedade, avisos de casamentos, nascimentos, formaturas, recepções, festas, noivados, bailes de 15 anos etc (FERREIRA, 2006). Naquela época, alguns tipos de “colunas de fofocas” já existiam no Brasil<sup>8</sup>, mas sempre num tom bajulador quanto às pessoas retratadas, pois os colunistas tinham medo de se indispor com os ricos de então. (SOUZA, 2007).

A coluna sobre sociedade foi inovada por Winchell. Ele criou as pequenas notas sobre a vida privada, acrescentando aqui e ali um ponto de vista *debochado e sarcástico*<sup>9</sup> sobre pessoas famosas (GONÇALVES, 1999). Como reflexo do estilo jornalístico da época, o colunista divulgava escândalos típicos da imprensa sensacionalista, como informações não oficiais sobre mulheres grávidas, divórcios e especulações, rumores e boatos que divertiam seus leitores.

<sup>8</sup> As colunas sociais não tinham o formato que conhecemos hoje. A maioria delas estavam expostas em uma página sob a cartola “Sociais” e o colunista não era conhecido do grande público, até porque as tiragens dos jornais eram baixas.

<sup>9</sup> Grifo da autora.

Winchell foi o primeiro jornalista a romper o tabu existente até então, que rejeitava a exposição da vida privada de pessoas públicas, o que alterou permanentemente as relações entre “jornalismo e celebridades”<sup>10</sup>. O estilo de Winchell foi impactante quando começou a escrever para o jornal *New York Evening Graphic*, em 1920. Os editores dos jornais concorrentes viram o que ela fizera pela circulação do periódico e rapidamente providenciaram suas próprias *gossip columns*. Logo, a maior parte dos jornais no país continha, pelo menos, uma coluna de fofocas e muitos traziam quatro ou mais. (SOUZA, 2009).

Entre as décadas de 1930 e 1940, essas colunas eram parte integral dos jornais, e os colunistas sociais eram amados e respeitados pelo público norte-americano. No Brasil, a coluna social ainda não havia evoluído. Continuavam aparecendo notas sobre eventos e autoridades, fruto da reportagem, portanto, sem um colunista social. O columnismo como conhecemos hoje ainda era incipiente.

Ao fim da década de 1940, Winchell alcançou um número estimado de 90% do público americano, entre suas colunas e espetáculos de rádio; e era considerado, fora da política ou religião, o mais poderoso homem da América (WALLS, 2003).

A fórmula criada por Winchell seria utilizada com sucesso por *Hollywood*. Nas décadas de 1930 e 1940, conhecidas como a “era de ouro” dos estúdios, produtores cinematográficos seduziram colunistas sociais com a intenção de garantir maior publicidade para seus filmes e elencos.

Muito antes do termo “celebridade” se tornar corrente em toda a grande imprensa, o jornalista Walter Winchell, era ele próprio uma celebridade. Nos anos 1940, havia uma cadeira cativa em seu nome no *Stork Club*, um dos mais prestigiados *nightclubs* da cidade de Nova Iorque. (SOUZA, 2007). A bajulação ocorria porque Winchell era considerado por toda a imprensa como um dos homens mais poderosos da América. Ninguém em sã consciência queria criar problemas com aquele homem que, quase 20 anos antes, em seus primeiros anos na imprensa, criara as famosas *gossip columns*, hoje conhecidas como colunas de fofocas, um gênero que depois faria o sucesso de centenas de publicações sobre o cotidiano de celebridades, poderosos, ricos e famosos.

---

<sup>10</sup> Grifo da autora.

A origem das colunas sociais americanas nasceram nas duas últimas décadas do século XIX (de 1880 a 1900), nas quais a informação inserida – descrições de viagens de iate, listas de convidados em eventos sociais importantes – era geralmente sancionada pelos próprios personagens das colunas. Não havia ainda a figura do colunista. Seu objetivo principal era promover o estilo de vida de famosos e integrantes da chamada *high society* americana, que tanto fascinava os leitores. (GONÇALVES, 1999)

O gênero se desenvolveu quando os jornais deixaram de ser doutrinários e adquiriram feição informativa, o que aconteceu no início do século XX. O público começou a desejar matérias com personalidade, diferentes das matérias informativas, normalmente secas, sem adjetivações e sem autoria. O desejo do leitor por jornalismo opinativo, segundo registrou Fraser Bond (1959), levou ao aparecimento de seções sob a responsabilidade de jornalistas conhecidos, com linguagem mais criativa e pessoal.

As notícias, em tom de fofoca sobre famosos, já eram comuns na Europa, mas o estilo em notas curtas, sincopadas (em que uma nota pode completar o que foi sugerido pela anterior) é “uma invenção americana”. Os primeiros colunistas que surgiram trabalhavam relatando notas sobre artistas, celebridades, milionários, figuras excêntricas, autoridades e outras pessoas da sociedade que pudessem ser destaque na coluna. A leveza da linguagem utilizada nas notas sociais obteve grande sucesso e inspirou o colunismo social ao redor do mundo, inclusive no Brasil.

### **Antecessores da coluna social**

Brito Broca, em “A vida literária no Brasil 1900” (2004), delimita o ano de 1907 como o do surgimento da primeira coluna social na imprensa brasileira, denominada “Binóculo”, escrita pelo jornalista Figueiredo Pimentel. Segundo o autor, a partir dali surgiu um processo generalizado de tornar menos pesados os textos dos jornais. No início do século 20, o noticiário social era visto como o lado informal do jornal, voltado para o público feminino. Uma espécie de contraponto às notícias sobre crimes, violência e mortes do jornalismo sensacionalista, praticado na época. (KOVÁCS, 1975)

Dentro desse contexto, as notas publicadas nas colunas eram feitas com humor. As notícias abordando os integrantes da burguesia eram feitas, algumas vezes, de forma irônica, ressaltando o lado extravagante dos ricos, e, aos poucos, dando maior



importância às fofocas, ainda sem atingir seriamente a reputação dos personagens retratados. (RAMALHO, 1998)

Com o tempo as colunas sociais foram sofrendo alterações, inaugurando um estilo também chamado *gossip column* – ou coluna de mexericos, como foi chamada no Brasil. Já na década de 1930, não havia jornal norte-americano que não tivesse pelo menos um colunista social. Entretanto, muitos colunistas não eram mais tão dóceis com seu público.

### **Segundo período: anos 40 e 50**

Nos anos da década de 1940, a Segunda Guerra Mundial provocou uma mudança na recepção das antigas colunas sociais. A sociedade americana tinha uma nova obsessão: todos queriam ler notícias sobre escândalos. Aos poucos, elas foram se proliferando nas colunas de notas – primeiro como escândalos privados, adultérios, crimes passionais de pessoas famosas -, enquanto assuntos como política e economia eram inseridos disfarçadamente no corpo das colunas. Alguns colunistas tinham tanta influência que podiam derrubar líderes e candidatos a cargos públicos com apenas uma nota (SOUZA, 2009).

Dentre todos os colunistas norte-americanos, o mais poderoso foi, sem dúvida, Walter Winchell, que mesclava, em sua coluna, informações maliciosas sobre gente famosa com notícias de divórcios, adultérios e outros escândalos envolvendo pessoas próximas ao poder. O estilo de Winchell foi copiado por colunistas de jornais em todos os Estados Unidos e ele ficou na história como um dos homens mais poderosos da América.

No Brasil, no mesmo período, o colunista Maneco Muller inspirou-se em Winchell para criar a primeira coluna social moderna, com o pseudônimo de *Jacinto de Thormes*, em 1945. (SOUZA, 2009). O desenvolvimento das colunas sociais no Brasil ocorreu paralelo às mudanças no jornalismo no século XX, resultando em colunas de notas contemporâneas, em que a política e a economia recebiam maior destaque comparativamente ao noticiário de outras editorias.

Manuel Antonio Bernardez Müller nasceu em 1923. Ficou mais conhecido pelos amigos como Maneco, e mais tarde venerado pelo pseudônimo com que assinaria sua coluna social: Jacinto de Thormes, nome emprestado de um personagem do escritor Eça

de Queiroz. Filho de diplomatas, Maneco era um grã-fino, como eram rotuladas as pessoas da alta sociedade sobre quem ele escreveria. (SOUZA, 2007)

Ajudou-lhe na vida jornalística a fluência em quatro línguas e o bom relacionamento com os ricos que sua ascendência lhe deixara. Um dia, conversando com aquele rapaz culto e bem relacionado, o jornalista Gustavo Dória convidou-lhe para escrever o “registro social” do jornal *Folha Carioca*. Era assim que saíam as notícias sobre sociedade no Brasil até a década de 1940. Sob o título “Sociais”, faziam-se registros de batizados, casamentos, viagens, jantares etc.

Maneco aceitou o cargo. No entanto, logo na primeira crônica, quase foi despedido porque se recusou a registrar passivamente o dia a dia da burguesia carioca. (SOUZA, 2009) Escreveu notas com um estilo de crônica literária, adicionando comentários irônicos sobre seus “personagens”, sem qualquer deslumbramento, como era comum.

O que mais desagradou a alguns membros ali retratados é que o jovem colunista havia quebrado a tradicional “hierarquia” daquela época. Conforme Dines (1955), Maneco ousara retratar lado a lado figuras da burguesia carioca com artistas, políticos, e até pessoas “comuns”, sem vínculo com as altas rodas, mas que lhe pareceram interessantes. As críticas foram muitas, o que lhe valeu advertências da chefia de redação, mas a repercussão calou a todos. Maneco foi autorizado a prosseguir (DINES, 1955).

Uma crise política retirou Maneco da *Folha*, mas, logo, foi contratado pelo *Diário Carioca*, jornal mais relevante que o primeiro e marcado por lutas políticas. O *Diário* era um periódico que, desde 1929, quando surgiu, jamais escondera sua vocação: ser um matutino eminentemente político e de oposição ao governo (SOUZA, 2007). Seu time de colaboradores era digno de provocar inveja em outros periódicos: O *Diário* tinha uma equipe de peso, com vários cronistas<sup>11</sup>.

Foi o jornalista Prudente de Moraes Neto, segundo Nassif (2006), que já conhecia o trabalho de Maneco, na *Folha Carioca*, que fez o convite: “Você vai ser cronista social”. Ao que o jovem jornalista, petulante na flor de seus 22 anos, retrucou: “É coisa de veado”. Mas aceitou, porque, segundo diria mais tarde, “o salário não era de

---

<sup>11</sup> Alguns dos cronistas do *Diário Carioca*: Everardo Guilhon; Epitácio Timbaúba; Castelinho; Lúcio Rangel; Paulo Mendes Campos; Sérgio Porto; Vinícius de Moraes e Fernando Lobo.



se jogar fora”. Mas com uma condição: escreveria com um pseudônimo. Prudente de Moraes Neto aceitou, e na hora escolheu o nome que faria de Maneco famoso: Jacinto de Thormes. (NASSIF, 2006).

Estava começando ali uma nova fase no jornalismo brasileiro. Conforme Ramalho (1998), antes de Maneco havia as “crônicas floridas” dos cronistas sociais. O termo *colunista social* surgiria depois, muito em parte por causa de Maneco, que ainda criaria a expressão “colunável” (GONÇALVES, 1999). Com Maneco, a coluna social mudou: surgiu a crônica social com um estilo inconfundível, um misto de ironia, seriedade, esnobismo, fanfarronice e sarcasmo. O novo cronista do *Diário* buscou inspiração nas colunas jornalísticas dos Estados Unidos.

Maneco trouxe para o Brasil o estilo das notas “sincopadas”, onde a nota seguinte poderia completar ou não o comentário da anterior. Ao apostar no colunismo social ao estilo norte-americano, Maneco inspirava-se em jornalistas que na América alcançavam enorme prestígio e poder. O mais poderoso deles, ele sabia, era Walter Winchell.

Antes, [a coluna social] era assim porque a receita dela era essa. Na realidade, ela era ainda mais antiga e mais rebuscada. Havia um senhor chamado Gilberto Trompowski, que assinava G.B.A. Ele assinava verdadeiras crônicas, tipo “a senhorinha, fulana de tal, com um vestido esvoaçante...”, era por aí. Aí chegou o Maneco Muller, um sujeito muito culto, filho de embaixador, bem nascido, muito charmoso. E então o Maneco começou a fazer essa nova coluna que foi a origem de todas as outras ditas sociais (RAMALHO, 1998 apud SOUZA, 2009, p. 72)<sup>12</sup>.

A situação cultural no Brasil, no final dos anos 40, ainda era de alto grau de analfabetismo. Enquanto o jornalismo se solidificava nos Estados Unidos, o cenário brasileiro estava muito atrás. O rádio e a imprensa detinham o monopólio da informação. Se nos Estados Unidos havia grandes tiragens de costa a costa, no Brasil os jornais de grande circulação eram vespertinos e poucos, concentrados no Rio de Janeiro e São Paulo. Os incipientes sistemas de comunicações, as deficiências dos correios e as precárias condições das redes e meios de transportes eram fatores que impediam a expansão rápida da comunicação por todo o território nacional (ABREU, 2003).

---

<sup>12</sup> Anna Ramalho, colunista, em entrevista concedida a Souza, em julho de 2008 (2009, p. 27).

## **Sobre a produção da coluna social**

A construção de uma coluna de notas passa por um jogo de interesses e poder entre colunistas e suas fontes. Apesar de a grande maioria dos colunistas brasileiros salientar a importância da apuração bem feita e a checagem dos fatos correta, estas colunas são espaços mais livres, em que o colunista pode abrir espaço a um sem-número de rumores, insinuações, boatos, apenas para “medir a temperatura” de uma informação passada com exclusividade.

Com a ampliação de assuntos, a parte social destes espaços fica hoje restrita a pequenos registros e concorre com as assessorias de imprensa de gravadoras, editoras, empresas privadas e outros meios, ávidos por divulgar seus contratados. Muitos daqueles leitores que não se interessavam pelas antigas colunas sociais – consideradas por grande parte da opinião pública como “fúteis” – passaram a ler com mais atenção seus enunciados.

Políticos influentes divulgam com exclusividade aos colunistas informações sobre os bastidores do poder – que podem ser relevantes ao interesse público ou apenas servir ao jogo de interesses de *lobbies* estabelecidos nos principais postos do governo.

O jornalista Murilo César Ramos (2002) chega a definir como um novo gênero o que ele chama de *jornalismo político das colunas sociais*. Os colunistas hoje (2002), segundo ele, estariam dedicando o espaço mais nobre das suas colunas à política: “São as notas que vêm em destaque, no alto das páginas, da esquerda para a direita, acompanhando, como manda a boa regra jornalística, o nosso jeito de ler” (RAMOS, 2002, p. 254).

Quando foi criada, as colunas sociais, diferentemente das atuais, eram vistas como o lado informal do jornal, voltadas para o público feminino. Uma espécie de “descanso” concedido ao leitor das notícias sobre crimes, violência e mortes do chamado *yellow journalism* (no Brasil, imprensa marrom ou sensacionalista). Devido a esta característica, muitas delas se voltaram ao humor na formatação da notícia.

As notícias abordando os integrantes da burguesia eram levadas ao leitor algumas vezes de forma irônica, ressaltando o lado extravagante dos ricos, e aos poucos dando maior importância às fofocas, ainda sem atingir seriamente a reputação dos

personagens retratados. Foi na década de 50, que os colunistas sociais experimentaram o apogeu dentro dos jornais e entre o público leitor. Mesmo com a introdução na imprensa brasileira das modernas técnicas do lide, sublide, da objetividade, da imparcialidade e da pirâmide invertida, os colunistas continuaram com seu prestígio em alta.

Durante essa época, as colunas sociais, que se dedicavam ao mundo das festas e comemorações da burguesia brasileira, passam por uma pequena alteração: os colunistas começam a investir sutilmente na política. Detalhes da vida privada de ricos e famosos começaram a ser intercaladas com o cotidiano dos titulares do Senado e da Câmara dos Deputados.

A política continuou aparecendo nos textos dos colunistas durante a ditadura militar, quando, ironicamente, antes denominadas como triviais e fúteis, as colunas contribuíram com informações sobre os bastidores do poder, ainda que em grande parte de maneira disfarçada, em que somente os mais informados entendiam.

Foi durante a ditadura militar que Ibrahim Sued, com fortes relações com representantes da hierarquia militar, contribuiu para que, num período de censura prévia à imprensa, o público ficasse sabendo, lentamente, do que estava acontecendo nos bastidores do poder.

### **Avanço das notas: dos anos 60 aos 80**

Durante os anos 1960, a coluna social vai se alterar em decorrência da ditadura militar, instituída no Brasil a partir de 1964, com censura ao conteúdo dos jornais. Nesse período, avança a conscientização política dos trabalhadores. O mundanismo e a frivolidade, características marcantes das antigas colunas sociais, apesar de continuarem presentes nos espaços dos colunistas, tiveram seu espaço reduzido.

A riqueza, o luxo e a ostentação – agora vistos por muitos como sinal de mau gosto - não freqüentariam mais as colunas com a desenvoltura de antes. Colunistas sociais, durante os anos 1970 - no auge da repressão política, tiveram então de se reinventar para manter seus espaços jornalísticos. Esse processo seria concomitante à modernização da imprensa e o aumento da tiragem dos jornais para além de seus estados de origem. (ZOBARAN e CÂMARA, 1994, p. 103).

Com a nova realidade política, social e econômica, as colunas deixaram de ser locais e sociais. Ampliou-se a quantidade de assuntos abordados. O lado mais ameno e

informal das colunas acabou sendo vantajoso. Elas eram vistas pelas autoridades militares e de seu governo como a seção de futilidades dos jornais. Assim, seus textos não eram vigiados pelos censores com o mesmo rigor das notícias políticas e econômicas.

Foi esta relativa liberdade durante os anos de chumbo que permitiu a alguns colunistas trânsito livre não só dentro dos grandes salões de festas, mas também aos bastidores do regime militar. Pouco a pouco as colunas receberiam informações sobre esse meio: notas que não teriam espaço nos primeiros cadernos, misturadas – ainda que muitas vezes de maneira cifrada - às notícias da alta sociedade, com informações preciosas sobre os bastidores da política. (SOUZA, 2009, p.45).

Outra figura que marcou época no colunismo social foi Sérgio Porto. Nos anos 1960, passou a parodiar Maneco e sua famosa lista das “dez mais elegantes”. O cronista, que se apresentava com o pseudônimo Stanislaw Ponte Preta, criou as “Certinhas do Lalau”, ou “as dez mais bem *despidas*”, em contraste com o slogan “as dez mais bem vestidas”.

Mais tarde, “Stanislaw usou a coluna ‘Fofocalizando’ para ironizar as frases de louvor à ‘revolução’ de 1964 e os pronunciamentos das autoridades militares (rebatizadas de ‘otoridades’ em seu discurso) do novo regime” (SOUZA, 2009, p.47). O estilo de Stanislaw era irônico, mordaz e gozador. Sérgio Porto fazia parte de um conjunto de intelectuais que construíram uma nova linguagem: sintética, metafórica, leve e bem humorada.

Durante a ditadura militar, o maior concorrente de O Globo era o Jornal do Brasil, onde também fez história o colunista social Zózimo Barrozo do Amaral, ou simplesmente Zózimo, contratado em 1968 por Alberto Diniz, editor do JB. Zózimo destacou-se por escrever bem e com estilo refinado e irônico, quando não mordaz. Sua coluna misturava jornalismo de temática tradicional com informações políticas (SODRÉ e PAIVA, 2004, p.28). Ele diversificou o colunismo. Além das notícias da sociedade, Zózimo falava sobre política, economia, esportes, literatura, música, teatro, artes plásticas, dança, comportamento e moda.

Os colunistas sociais, mesmo com uma branda censura, tiveram que se cuidar ao escreverem suas colunas. Zózimo sabia combinar com maestria o caráter típico dos rumores de bastidores políticos, insinuações e fofocas típicas do estilo “coluna social”.

Mesmo assim, foi preso duas vezes para dar esclarecimentos sobre seus textos.

Nos anos 1970 e 1980 os colunistas não estavam preocupados apenas em “alimentar o supérfluo” e a levar em detalhes para o leitor o mundo de ostentação da alta sociedade. Além dos assuntos cada vez mais variados, na linguagem o estilo também mudava. Ao se transferir para o Globo, em 1993, Zózimo apontava a mudança: “Eu tinha um quê de pretensão, abusava de galicismos do tipo *enfant gaté* e *tour de force*. Estou me policiando. Agora uso com frequência curtir, transar” (BRASIL, 2006). Diminuiu o espaço para a sociedade e aumentou o estilo com humor e a tirada espirituosa.

As colunas de notas se disseminaram em todo o país a partir dos anos 80. Foi nesse período, segundo Souza (2009), que o jornalismo se fragmentou e a grande imprensa, movida por tendências mercadológicas, passou a investir nas notas curtas. Foi a época em que a influência das grandes agências de publicidade e das assessorias de comunicação começou a se mostrar mais forte na imprensa, em especial no jornalismo. “Dos anos 90 para cá a política e os bastidores do poder começaram a ser mais valorizados, as fronteiras entre o público e privado se dissiparam ainda mais e as colunas de notas reinventaram-se como um gênero jornalístico tipicamente brasileiro” (SOUZA, 2009, p. 20).

### **Anos 90 e início do século XXI**

Nos anos 90, os jornalistas passaram a produzir textos menores com títulos sintéticos e muito uso da imagem. Proliferaram as colunas de notas curtas (ABREU, 2002). Segundo Gonçalves (1999, p. 39), “jamais o jornalismo brasileiro esteve tão entulhado de exibicionismos e bisbilhotices do que nos anos 90”. Conforme os estudos de Abreu, o motivo dessa mudança pode estar ligado a uma reação tardia da velha aristocracia burguesa, que, defendendo valores tidos por imóveis, ainda se sente capaz de tutelar, no sentido moral e pedagógico do termo, a conduta das novas elites. (GONÇALVES, 1999, p.39)

Nos jornais diários das capitais dos Estados do Brasil, os espaços ocupados pelos colunistas sociais no final do século XX, início de XXI, não têm mais nada a ver com aqueles que consagraram Jacinto de Thormes, Ibrahim Sued ou Zózimo Barroso do Amaral. Em suas épocas,

as colunas recendiam puro glamour e desprezo pelo populacho e até pela classe média. Eles não escondiam sua adesão ao ideário aristocrático. Muitos compartilhavam intimidades com os colunáveis, confundindo-se com seus objetos de reportagem. Tomavam partido. Defendiam com unhas e dentes o direito da elite ser um espetáculo em si mesmo. E, sobretudo, tinham um enorme e variado poder. Aliás, nutriam uma consciência profunda de sua capacidade de influenciar diferentes meios sociais (GONÇALVES, 1999, p.337-38).

O colunismo dos anos 90 é menos personalizado. Os colunistas não são, eles próprios, jornalistas importantes. As colunas continuam sendo verdadeiras máquinas de bisbilhotice, estabelecendo conexões inesperadas, desvendando segredos e manipulando o “afã coscuvilheiro” dos leitores (GONÇALVES, 1999). O estilo mordaz, o suspense, a crítica, a ironia, o deboche desapareceram.

No Rio Grande do Sul, o colunismo social aparece na imprensa na década de 50, com características copiadas de Maneco Müller, um misto de ironia, sarcasmo, esnobismo e seriedade. Foi também dele que os colunistas gaúchos copiaram o termo “colunáveis” e a divulgação do “Baile de Debutantes” e da Lista das 10 mais elegantes, bem como dos 10 mais elegantes.

Antes dos anos 50, os jornais continham um espaço (pequeno) sob a cartola “Sociais”, contendo notas de alguns eventos da elite local. Até 1959 poucas fotografias acompanhavam os textos dos colunáveis. Elas eram utilizadas apenas em ocasiões muito especiais. A grande maioria dos cronistas sociais daquela época, estendendo-se até os anos 80, eram mulheres integrantes da elite da qual escreviam.

As colunas gaúchas de cidades do interior sempre mantiveram um estilo respeitoso, sério, elogioso, poético (dependendo do colunista), e, quase sempre destacando as mesmas pessoas. Era comum encontrar bordões criados pelas (o) colunistas (os), a exemplo do que faziam Maneco e Ibrahim.

No artigo intitulado *Escavando o chão da futilidade: colunas sociais, fontes para o estudo de elites locais*, Gonçalves (1999) descreve o ambiente do colunismo do interior, que se ajusta perfeitamente ao Rio Grande do Sul:

No interior, o deslumbramento e os elogios superlativos dão o tom absoluto das colunas sociais. Há pouca maledicência e não é comum o incentivo ao conflito entre grupos, famílias ou indivíduos notáveis. Parte considerável dos colunáveis das pequenas cidades é meramente ocasional. Aqueles indivíduos formam segmentos das elites *ad hoc*,



coadjuvantes, se exibindo para si e seu grupo imediato de referência. Suas fotos e/ou nomes aparecem para marcar episódios pessoais, como casamentos, aniversários, formaturas, homenagens, comparecimento a uma festa e coisas assim. Extraem um imenso prazer disso, mas nem sempre com arrogância ou empáfia. No interior, o deslumbramento e os elogios superlativos dão o tom absoluto das colunas sociais. (GONÇALVES, 1999, p. 42).

Vários colunistas complementam suas rendas - pessoais e empresariais, já que a maioria também atua como promotora de eventos - cobrando um cachê de certas pessoas que aparecem em seus espaços. Com frequência tudo depende da cara do freguês, do grau de intimidade mantida ou desejada, das vantagens que o colunista espera obter abrindo espaço para tal ou qual personagem, dos lucros diretos ou indiretos que podem ser auferidos. Alguns jornais, que produzem as colunas sem colunistas, têm tabela de preços para publicação de notas e fotos; outros não.

Nas cidades do interior, pelas dificuldades econômicas dos jornais para aquisição de impressoras de qualidade, as fotografias só foram se instalar de fato nas colunas a partir dos anos 90. Mesmo assim, até hoje encontramos colunas com predominância dos textos, e poucas ou nenhuma fotografia, confundindo-se com crônicas.

Tais características foram identificadas em 1999, durante pesquisa de recepção, realizada por mim durante produção da tese de doutorado, intitulada “A prática do Jornalismo interiorano no Rio Grande do Sul - Potencial mercado de trabalho para o próximo milênio”. Na ocasião, a Coluna Social foi a sessão com maior índice de rejeição entre os assinantes de 34 microrregiões do Rio Grande do Sul. A principal crítica dizia respeito aos temas das colunas e a mesmice das fontes citadas. Por esta razão, em breve estarei apresentando artigo científico que analisa a passagem da coluna social do impresso para o meio digital. A considerar a opinião dos leitores do início do século XXI, diríamos que a coluna social estaria fadada a desaparecer aos poucos.

Parzianello (2011), em pesquisa realizada entre 2009 e 2011, identificou, a partir de entrevistas com os produtores e leitores dos jornais da região do Pampa e Meso-Sul do Rio Grande do Sul e de análise dos exemplares, que a política de relação dos jornais com seus leitores requerem ações estratégicas mais efetivas para alcançarem eficiência e eficácia na sobrevivência dos periódicos. Conforme o analisado, a linguagem dos veículos reforça cada vez mais a cultura do apego ao passado e a descrença no futuro. O visual dos jornais impressos mostra uma acomodação de modelos, sem quase nenhum apelo

renovador. Isso demonstra a reafirmação da imprensa do interior como um meio diminuto, menor qualificado, próprio de comunidades sem saberes técnicos.

Segundo conclusão de Parzianello (2011), as regiões estudadas são reconhecidas e se reconhecem como inferiores a outras com características muito semelhantes, e em razão disso se anunciam como atrasadas e impedidas de promoverem qualidade, materializando essa visão de mundo em suas práticas cotidianas, “confundindo tradição com desinteresse pelo inovador e certo acomodamento de mundo” (p.32). Essas marcas também foram verificadas nas colunas sociais analisadas para este estudo.

## Referências

ABREU, João Batista de. **Imprensa X Censura: A luta armada das palavras**. Entrevista ao portal Observatório da Imprensa, outubro de 2002. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br>>. Acesso em: 14 abr. 2015.

BOND, F. Fraser. **An Introduction to Journalism: A Survey of the Forth Estate In All its Forms**. New York: The Macmillan Co, 1961.

BRASIL, Ubiratan. **A rotina inovadora do colunista Zózimo**. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br>>. Acesso em: 18 abr. 2015.

DINES, Alberto. Gatos e damas de preto: cronistas disputam a preferência do café society. In: **Revista Visão**, 18 de março de 1955.

FERREIRA, Alexandre Leonardo de Alvarenga. **Coluna Social**. Elementos utilizados pelo colunismo social que remetem ao processo de projeção e identificação do público, caracterizado por Edgar Morin. Monografia de Conclusão de Curso. UNI-BH, 2006. Disponível em: <[www.convergencia.jor.br/bancamonos/2006/alexandre Alvarenga.pdf](http://www.convergencia.jor.br/bancamonos/2006/alexandre Alvarenga.pdf)>. Acesso em: 08 jan. 2015.

GONÇALVES, José Henrique Rollo. **Escavando o chão da futilidade: colunas sociais, fontes para o estudo de elites locais**. Disponível em: <<http://www.revistas2.uepg.br/index.php/rhr/article/view/2082>>, 1999. Acesso em: 23 mar. 2015.

KOVÁCS, Anamaria. **Coluna Social: Linguagem e Montagem**. *Comum*. Petrópolis: Ed. Vozes, 1982.

NASSIF, Luís. **O cronista do Rio**. Disponível em: <[www.lainsignia.org/2006](http://www.lainsignia.org/2006)>. Acesso em: 15 abr. 2015.

PARZIANELLO, Geder. **A retórica nos jornais impressos e os desafios ao**



**jornalismo contemporâneo.** Rio de Janeiro: Ed. Publit, 2011.

RAMALHO, Anna Maria. Coluna Social. In: **Lições de jornalismo 1**, Rio de Janeiro: Editora Faculdade da Cidade, 1998.

RAMOS, Murilo César. Intrigas da corte: jornalismo político nas colunas sociais. In: **Imprensa e poder**. Brasília: Editora UNB, 2002.

SODRÉ, Muniz & PAIVA, Raquel. **Cidade dos artistas: Cartografia da televisão e da fama no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Editora Mauad, 2004.

SOUZA, Rogério Martins de. **Colunas sociais e ditadura militar: entre o mundo fictício da alta sociedade e os bastidores da política e economia**. Trabalho apresentado no 5º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJOR). Universidade Federal de Sergipe – 15 a 17 de novembro de 2007. Disponível em: <[http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjour/arquivos/ind\\_rogerio\\_martins\\_de\\_souza.pdf](http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjour/arquivos/ind_rogerio_martins_de_souza.pdf)>. Acesso em: 04 abr. 2015.

\_\_\_\_\_. **A sedução do colunismo: Uma análise das colunas de Ancelmo Gois e Ricardo Boechat**. Trabalho apresentado no XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UERJ, 2005. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Anais eletrônicos. Disponível em: <[http://www.portalintercom.org.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1081&Itemid=134](http://www.portalintercom.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=1081&Itemid=134)>. Acesso em: 20 abr. 2015.

\_\_\_\_\_. **Dos canapés à política: a reinvenção permanente do colunismo como gênero jornalístico**. 2009. Tese (Doutorado em Comunicação). Escola de Comunicação, UFRJ, 2009.

SUED, Isabel (Org.). **Em sociedade tudo se sabe**. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2001.

WALLS, Jeannette. **Dish: How gossip became the news and the news became just another show**. New York: Perennial Books, 2003.

ZOBARAN, Sergio & CAMARA, Leopoldo. **A segunda imprensa – guia para divulgadores e divulgados**. Rio de Janeiro: Ed. Rocco, 1994.