

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

**Colunismo Social na imprensa carioca**

Por

Ana Carolina Freitas da Fontoura

Projeto final do curso de Bacharel em Comunicação Social,  
com habilitação em Jornalismo, da Escola de Comunicação  
da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Rio de Janeiro, 1º semestre de 2005

## **Colunismo social na imprensa carioca**

Ana Carolina Freitas da Fontoura

Projeto final submetido ao corpo docente da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo.

Aprovada por:

Prof<sup>ª</sup>. Dra. Ana Paula Goulart – Orientadora

---

Prof. Dr. Fernando Mansur

---

Prof<sup>ª</sup>. Dra. Mariza Scopel

---

Rio de Janeiro  
**1º semestre de 2005**

*Dedico este trabalho à minha querida mentora Anna Ramalho, que com seu humor e talento únicos, me ensinou muito sobre jornalismo e ética profissional.*

## **Agradecimentos**

À minha querida e competente professora Ana Paula Goulart pela atenção, simpatia e carinho transmitidos durante as aulas do curso e pela especial dedicação na elaboração deste projeto;

Aos meus queridos pais Maria Luzia e Carlos Alberto, que me ensinaram muito sobre a vida, me incentivaram e apoiaram em todos os momentos, com paciência, sabedoria e amor;

Ao meu querido namorado Gustavo, que apesar de estar em minha vida há apenas três anos, já faz parte de minha família e, com seu amor e simpatia., está sempre torcendo pelo meu sucesso e felicidade;

À todos grandes e talentosos jornalistas, que dispensaram tempo de suas movimentadas agendas para ajudar na elaboração deste projeto: Ancelmo Gois, Anna Ramalho, Isabel Sued e Joaquim Ferreira dos Santos;

Ao jornalista Ricardo Boechat, um exemplo de inteligência e conhecimento, que me concedeu uma inesquecível entrevista e ainda dispensou mais alguns minutos de seu tempo respondendo a e-mails com dúvidas;

À atenciosa professora Raquel Paiva, que procurou ajudar e motivar todos os alunos nesta etapa final do curso de Jornalismo;

À todos os amigos e colegas, com quem convivi nestes quatro anos de estudo.

FONTOURA, Ana Carolina. **Colunismo social na imprensa carioca** (Orientadora: Professora Doutora Ana Paula Goulart). Rio de Janeiro, 2005. Monografia apresentada à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

## RESUMO

O colunismo social nasceu na imprensa norte-americana em meados do século XIX para narrar eventos da alta-sociedade norte-americana. Aqui no Brasil, este gênero jornalístico só ganhou força na década de 1950, impulsionado por Jacinto de Thormes e Ibrahim Sued, precursores do chamado “colunismo de variedades” na imprensa brasileira. Com o objetivo de levar para o leitor furos jornalísticos de diversos assuntos, sem perder o glamour característico da coluna social, os jornalistas criaram um novo modelo de colunismo, único em todo o jornalismo mundial.

Apesar do grande sucesso que têm hoje, as colunas sociais ainda são pouco discutidas no meio acadêmico e literário. Nesse sentido, esse trabalho pretende reunir informações dispersas a fim de mostrar a sua importância dentro da imprensa carioca. Para tanto, foram entrevistados alguns dos principais colunistas de *O Globo* e *Jornal do Brasil*, e analisadas as colunas destes jornais.

## ABSTRACT

Society columns were born in the American press in the middle of the 19<sup>th</sup> century, to tell of events in American high society.

In Brazil the genre acquired weight only in the fifties of the last century, by the hands of Jacinto de Thormes and Ibrahim Sued, forerunners of the so-called “variety columns” in the Brazilian press. In order to bring to readers journalistic exclusives on various subjects without losing the glamour that is a characteristic of society pages, these newspapermen created a new form of society column that is unique in the world’s press.

Despite the great success of today, society columns are never a subject in university and literary circles. This paper, therefore, aims to bring together disperse information so as to show its importance to Rio de Janeiro’s press.

To this end, some of the principal columnists of Rio’s *O Globo* and *Jornal do Brasil* were interviewed, and an analysis is made of these newspapers.

## **SUMÁRIO**

<b>Introdução.....</b>	<b>7</b>
<b>2-A HISTÓRIA DO COLUNISMO SOCIAL NO BRASIL.....</b>	<b>9</b>
<b>2.1- O surgimento das colunas sociais brasileiras.....</b>	<b>9</b>
<b>2.2- Auge do colunismo social no Rio de Janeiro.....</b>	<b>14</b>
<b>2.3- A consolidação do novo modelo de colunismo.....</b>	<b>20</b>
<b>3-COLUNISMO CONTEMPORÂNEO.....</b>	<b>26</b>
<b>3.1- Mudanças no colunismo social carioca.....</b>	<b>26</b>
<b>3.2- A influência da Internet nas colunas sociais contemporâneas.....</b>	<b>34</b>
<b>3.3- Panorama das colunas de O Globo e Jornal do Brasil.....</b>	<b>38</b>
3.3.1- Ancelmo Góis.....	38
3.3.2- Joaquim Ferreira dos Santos.....	39
3.3.3- Patrícia Kogut/ Controle Remoto.....	39
3.3.4- Scarlet Moon.....	40
3.3.5- J.A Gueiros.....	41
3.3.6- Marcelo de Mello.....	42
3.3.7- Gilson Monteiro.....	43
3.3.8- Ricardo Boechat.....	44
3.3.9- Hildegard Angel.....	45
3.3.10- Márcia Peltier.....	47
3.3.11- Heloísa Tolipan.....	48
3.3.12- Anna Ramalho.....	49
<b>4-ESTUDO DE CASO: COLUNAS DE IBRAHIM SUED.....</b>	<b>51</b>
<b>E JOAQUIM FERREIRA DOS SANTOS</b>	
<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>56</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>59</b>
<b>Fontes Primárias.....</b>	<b>74</b>
<b>Referências Bibliográficas.....</b>	<b>75</b>

## Introdução

Quando se pensa em colunismo social é comum a associação com substantivos como superficialidade, frescura e frivolidade. Substantivos estes que estão longe de retratar o universo rico que envolve um gênero jornalístico que conquistou um formato singular na imprensa carioca. Este trabalho tem como objetivo discutir a relevância do colunismo para os jornais cariocas, traçando um panorama histórico dos principais colunistas da cidade e mostrando de que forma as colunas sociais refletem mentalidades e costumes de uma determinada época.

Apesar do preconceito que as persegue, as colunas sociais são referências obrigatórias em qualquer análise que se faça acerca das relações entre sociedade e imprensa. Com uma linguagem e formatação gráfica únicas, a coluna se distingue do restante do jornal pela abrangência de temas, pela informação exclusiva (que pauta outras editorias), pela linguagem leve e agradável, pela divulgação de tendências e modismos e por permitir que o leitor penetre num círculo de poder inalcançável para a maioria dos indivíduos.

Ainda que seja um tema com diversas possibilidades de abordagens, o colunismo social possui escassa bibliografia e as informações sobre a história do gênero no Brasil, as características de colunistas do passado que se perderam em registros dispersos. Por esse motivo, o trabalho pretende, ainda, reunir algumas dessas informações a fim de mostrar ao leitor o percurso de talentosos colunistas da imprensa carioca e como o colunismo de Jacinto de Thormes e Ibrahim Sued abriu caminho para a gênese de um gênero único em todo o jornalismo mundial. Muitas das questões levantadas no trabalho serão analisadas por alguns dos principais colunistas cariocas (Ricardo Boechat, Ancelmo Gois, Joaquim Ferreira dos Santos, Anna Ramalho e Isabel Sued), que foram entrevistados para a realização deste projeto. Outros jornalistas de suma importância para o gênero como Hildegard Angel e Heloísa Tolipan também foram procurados, mas por motivos pessoais não puderam colaborar.

Na segunda parte deste trabalho, o leitor encontrará informações sobre o surgimento do colunismo na imprensa norte-americana e seu desenvolvimento no Rio de Janeiro, com



ênfase no trabalho de Jacinto de Thormes e Ibrahim Sued. Outro ponto importante é mostrar como o auge do colunismo social coincidiu com um período de riqueza cultural e social na cidade, até então sede do governo federal. Ainda na segunda parte, a consolidação do colunismo social na imprensa carioca será mostrada, assim como, o surgimento de novos colunistas, que darão continuidade às mudanças implementadas por Jacinto e Ibrahim. Eram eles: Zózimo Barroso do Amaral, Ricardo Boechat e Hildegard Angel, nomes que foram fundamentais para reafirmar a seriedade do colunismo, tratado, muitas vezes, como jornalismo fútil e superficial.

Embalada por diversas mudanças nos valores da sociedade carioca, a coluna, espécie de espelho da sociedade, foi moldada para se adaptar às transformações. As mudanças na sociedade do Rio de Janeiro, que alteraram o funcionamento do colunismo social poderão ser vistas na terceira parte do trabalho, que enfocará, ainda, as colunas sociais contemporâneas de Ancelmo Gois, Joaquim Ferreira dos Santos, Patrícia Kogut, Scarlet Moon, J.A.Gueiros, Marcelo de Mello, Gilson Monteiro, Ricardo Boechat, Hildegard Angel, Márcia Peltier, Heloísa Tolipan e Anna Ramalho, jornalistas de *O Globo* e *Jornal do Brasil*. Em função da quantidade de temas relevantes para o colunismo, a análise editorial das colunas foi priorizada, como a linguagem dos colunistas, a temática e o vocabulário utilizado.

Exemplos emblemáticos de épocas distintas do colunismo social carioca, as colunas de Ibrahim Sued e Joaquim Ferreira dos Santos foram analisadas e comparadas na quarta parte deste trabalho, possibilitando uma maior compreensão das mudanças pelas quais este gênero jornalístico passou: do *gente-bem* (termo utilizado por Ibrahim que representava pessoas bem nascidas) ao *gente-boa*, título da coluna de Joaquim, como citam Raquel Paiva e Muniz Sodré (2004).

## PARTE 2- A HISTÓRIA DO COLUNISMO SOCIAL NO BRASIL

O colunismo social, nascido na imprensa norte-americana, chegou ao Brasil na década de 1940 e rapidamente foi incorporado pelos grandes jornais cariocas. Era um espaço diferente do resto do jornal, que logo conquistou as elites locais e passou a representar seu estilo de vida e comportamento.

Com uma linguagem diferente e fotos dos ricos da sociedade carioca, as colunas de Jacinto de Thormes e Ibrahim Sued abririam caminho para um novo formato de coluna: uma espécie de colunismo de variedades que inspirou muitos jornalistas que, hoje, assinam suas colunas por todo o país.

### 2.1 O surgimento das colunas sociais brasileiras

As colunas chamadas sociais existem há mais de meio século no Brasil, porém todos estes anos não foram suficientes para acabar com o preconceito que as persegue. Tal atitude em relação aos colunistas e seus produtos jornalísticos não se restringe ao público. Quem já entrou numa redação, sabe que muitas vezes o preconceito parte dos próprios colegas de trabalho, que acreditam não se tratar de um jornalismo sério. Este trabalho pretende problematizar essa questão, mostrando a importância das colunas para a imprensa brasileira, especialmente a carioca, nesses mais de 50 anos de existência. Fato é que hoje, os colunistas são as estrelas do jornal, uma atração a mais que os veículos podem oferecer aos seus leitores que querem obter o maior número de informações de forma rápida e agradável. Com críticas ou sem críticas, o colunismo social cresceu muito em espaço e prestígio. Como diria Ibrahim Sued, “Sorry, periferia”.

Se na década de 1950, auge do *glamour* das colunas, Jacinto de Thormes, no *Correio da Manhã* e *Última Hora*, e, especialmente, Ibrahim Sued, em *O Globo*, eram os mais comentados, atualmente *O Globo* e *Jornal do Brasil*, dois dos mais importantes jornais

cariocas, contam com quase dez colunas, o que mostra o sucesso deste gênero jornalístico frente ao público.<sup>1</sup>

Mesmo assim, é possível observar que esse gênero jornalístico tem sido pouco valorizado em termos de pesquisa. Segundo Uberaba (1980), trata-se de um equívoco.

Dentro da imprensa nenhum outro veio trabalhar de forma tão direta com a questão da atribuição de status, com o imaginário social, com o poder simbólico, com a questão do estilo de vida, com a encenação, com a representação de papéis, com o modelo projetado, com a questão do espelho social.<sup>2</sup>

Apesar de ter encontrado no país uma sociedade que gosta de se ver espelhada nas páginas dos jornais, este tipo de colunismo não nasceu por aqui, como veremos a seguir. Segundo o jornalista Ricardo Boechat, a coluna social surgiu no Brasil, somente nos anos 1930 e 1940, para falar das famílias mais abastadas do baronato rural, do que restou da corte brasileira, dos políticos e dos grandes proprietários de terras.

Para entender melhor o contexto em que começaram a ser publicadas, é preciso utilizar o conceito do *café-society*. Boechat explica que os *cafés-society*, que surgiram no final do século XIX, foram os primeiros lugares em que a aristocracia, a intelectualidade, os artistas, os “escroques” de boa conversa, os espertos e homens de negócio passaram a frequentar juntos. A efervescência desse tipo de lugar criou moda e a miscigenação de comportamentos, estilos e interesses produziam um ambiente peculiar, extremamente rico para os colunistas. Nesses locais era possível observar a mudança de valores da sociedade com a chegada do século XX.

Era lá que se capturavam informações de pessoas que tinham algo que o leitor comum não tinha, fosse dinheiro, sobrenome, poder, talento ou notoriedade.

---

<sup>1</sup> O Globo conta com Anselmo Góis, Joaquim Ferreira dos Santos e a coluna de televisão *Controle Remoto*, de Patrícia Kogut, voltada para focos de artistas e comentários sobre programas. No mesmo jornal ainda temos Scarlet Moon, J.R. Gueiros, Marcelo de Mello e Gilson Monteiro, nos jornais de bairros, com notinhas regionais. Já o Jornal do Brasil oferece aos leitores as colunas de Ricardo Boechat, Hildegard Angel, Márcia Peltier e Heloísa Tolipan. Seguindo a tendência do jornal de bairro, tem, desde 2004, uma coluna de Anna Ramalho, voltada para a Barra da Tijuca, considerada o bairro dos emergentes do Rio de Janeiro.

<sup>2</sup> UBERABA, O papel do colunismo social na formação do imaginário das elites sociais (1980). Disponível em <http://www.ufop.br/ichs/conifes/anais/LCA/lca0604.htm>

Para a colunista Anna Ramalho, as colunas sociais brasileiras, foram feitas a partir do colunismo estrangeiro.

Eu acho que o nosso jornalismo copiou muito lá de fora. Em algum momento essas colunas tiveram sucesso no exterior. O Ibrahim e o Jacinto de Thormes não criaram, eles já copiaram. Mas, acredito que no exterior o sucesso das colunas tenha sido algo muito passageiro. Atualmente, não existem colunas nos moldes das brasileiras. Tem a *Page Six* do *New York Post*, algumas revistas de fofocas sobre artistas de Hollywood e outras sobre as famílias reais européias. (Anna Ramalho, 22/02/05)

Exemplo do pioneirismo norte-americano e europeu em publicar notinhas sobre os bastidores do poder foi o jornal britânico *The Morning Post*, que em 1770, já oferecia aos leitores, por uma pequena quantia, as fofocas da alta-sociedade americana. Seu editor Henry Bate chegou a ser preso por um ano ao publicar uma história sobre o Duque de Richmond. Em outro episódio curioso, o ex-primeiro-ministro britânico Winston Churchill foi o “interino” da coluna de seu filho Randolph no *Londener’s Diary*, em 1938.<sup>3</sup>

Ainda que as fofocas tenham começado a interessar os leitores nas casas reais européias, nos séculos XVI e XVII a coluna, como ficou conhecida, surgiu na imprensa norte-americana, em meados do século XIX, quando os jornais deixaram de ser doutrinários e adquiriram feição informativa. O público começou a desejar matérias que escapassem do anonimato redatorial e tivessem personalidade. Em resposta, os jornais criaram seções sob a responsabilidade de jornalistas renomados, com notícias informativas, escritas de forma pessoal. (BOND *apud* MELLO, 1994: 105)

Uberaba lembra a importância do advento da chamada indústria cultural, nos anos posteriores à Segunda Guerra Mundial, para o desenvolvimento de um segmento noticioso, voltado para comentar o brilho da produção de cinema em Hollywood.

O otimismo e a alegria dos anos do pós-guerra encontraram no cinema seu mais perfeito arquétipo e na imprensa glamourosa – nascia o colunismo social- sua mais identificável contra-partida.

---

<sup>3</sup> Extraído da resenha do livro *Scandal: a scurrilous history of gossip*, disponível no site <http://www.newstatesman.com/Bookshop/300000060495>.

Revistas como “O Cruzeiro” e “Manchete” começaram a oferecer mais e mais espaço aos “bastidores” da vida social dos poderosos, trançando com tintas de realidade cor-de-rosa o dia-a-dia do mundanismo social.<sup>4</sup>

Mesmo inspirados nos colegas de fora<sup>5</sup>, os colunistas brasileiros trataram de criar algumas variações na coluna, agregando notícias econômicas, políticas e culturais às notinhas puramente sociais. A idéia era criar um verdadeiro mosaico noticioso, estruturado por pequenas notas, caracterizadas pela agilidade e pela abrangência. Coube às colunas trazer os furos para o leitor, função que foi peculiar ao jornalismo impresso, antes do aparecimento do rádio e da televisão.

Ibrahim Sued, considerado o “pai do colunismo social no Brasil”, definia a sua coluna como “uma massa diária de notícias originais, interessantes e verdadeiras sobre pessoas que têm efetiva importância social, política e econômica”.

Anamaria Kóvacs vai além e mostra o mecanismo pelo qual a coluna atraía os leitores.

A coluna social pode ser definida como uma montagem de notícias que interessam aos leitores que são notícia (membros da classe A), àqueles que gostariam de ser notícia (a massa) e àqueles que se interessam por outros assuntos divulgados pela coluna – culturais, econômicos, políticos – e que servem de pretexto para que leiam, também, a parte dos mexericos. Além da nota mundana propriamente dita, a coluna social compreende também a nota crítica, a nota cultural, a nota política e econômica, o apelo (ao público e às autoridades) e os rumores – mundanos, políticos e econômicos. (KÓVACS, 1975: 8)

É seguindo esses moldes que Ibrahim Sued criou a sua coluna em *O Globo*, considerada modelo para as futuras colunas sociais do jornalismo carioca.

---

<sup>4</sup> UBERABA, op. cit.

<sup>5</sup> José Marques de Mello diz que Ibrahim Sued se inspirou em dois colunistas, Walter Winchell e Elza Maxwell. Com o primeiro ele teria aprendido que “o campo do colunismo não se restringe apenas ao das bonecas e deslumbradas”. Com a segunda, que “o lado ameno da vida não implica necessariamente em futilidade”.

Ricardo Boechat, que trabalhou com Ibrahim durante 14 anos, define o colunista como o precursor de um tipo de colunismo que só existia nos Estados Unidos.

(Ibrahim) mesclava fofocas com furos jornalísticos. Foi o pioneiro desse gênero no Brasil. Ele era expoente vivo da *belle époque* carioca. De um Rio que tinha glamour nas festas, um lugar onde se podia andar tranqüilamente nas ruas.<sup>6</sup>

Era um Rio de Janeiro diferente, onde sempre havia um evento importante, fosse ele político, econômico ou social. Jacinto de Thormes e Ibrahim Sued encontraram na cidade o cenário ideal para produzirem suas colunas, como será mostrado a seguir.

---

<sup>6</sup> Boechat foi um dos colunistas que escreveu em homenagem à Ibrahim, após a sua morte em outubro de 1995 em A Gazeta Vitória, do Espírito Santo no dia 02/10/1995.

## 2.2 Auge do colunismo social no Rio de Janeiro

O auge das colunas sociais cariocas coincide com a época em que o Rio de Janeiro refletia o status de ser a capital política e cultural do país – sediando importantes eventos, não só políticos, como sociais. Eram inúmeros jantares, almoços e coquetéis oferecidos pelas tradicionais famílias da sociedade do Rio e São Paulo. Sobrenomes como Orleans e Bragança, Mayrink Veiga, Nabuco, Guinle, Amaral Peixoto, Paula Machado, Matarazzo e Monteiro de Carvalho, que até hoje são lembrados como pertencentes ao *high-society*, faziam parte do *Café Society* da época.

Como sede do governo brasileiro, o Rio de Janeiro recebia a visita de membros de famílias reais, embaixadores e presidentes de diversos países. O Carnaval, grande festa temática da cidade, atraía astros internacionais para seus bailes tradicionais, muito diferentemente dos camarotes das grandes cervejarias, que são sucesso na atualidade e para os quais alguns artistas chegam a receber cachês para comparecerem.

Para os quatro bailes carnavalescos elegantes - Copa, Iate, Municipal e Monte Líbano – o folião terá que despender só em convites cerca de um milhão e quinhentos mil antigos. E a seco, pagando apenas o ingresso de sua acompanhante. Incluindo fantasia e bebida, a coisa dobra. (SUED, Ibrahim apud SUED, Isabel, 2001: 115)

Para entender melhor a sociedade da época, é preciso lembrar a conjuntura econômica. Segundo Raquel Paiva e Muniz Sodré (2004), na década de 1950, a coluna assinalava a chegada à coalizão dominante no Brasil de setores ponderáveis da burguesia industrial e mercantil, que tomou o lugar da classe agrário-exportadora. Eram os chamados *Anos Dourados*, quando as colunas refletiam a visibilidade social da classe burguesa, exaltando sinais do consumo de luxo. Como questiona Gilberto Freyre, quem não sofria, e ainda sofre, da vaidade burguesa, de ter noticiado, no Brasil de hoje, em jornal, o batizado de um filho ou o noivado de uma filha ou um jantar oferecido a um amigo? Segundo o autor são fatos que constituem um “burguesíssimo ramerrame” (FREYRE apud MELLO, 1994: 107).

Foi nesse contexto que Maneco Müller criou no *Diário Carioca* a primeira coluna social moderna do jornalismo brasileiro, em 1945.

As colunas já existiam desde o começo do século, mas limitavam-se ao registro social (chás, jantares, noivados, casamentos, batizados, um ou outro féretro) e só faltavam ser escritas em francês. Até que, sob o pseudônimo de Jacinto de Thormes (personagem do velho Eça em *A cidade e as serras*), Maneco chegou para mudar tudo: sem desprezar as champanhotas e futilidades, ele injetou vida real em sua coluna. (CASTRO, 1999: 230)

Naquela época, surgiam boates como *Vogue*, *Monte-Carlo* e *Meia-Noite*, onde a alta sociedade carioca se reunia com os boêmios comuns. Lá, Maneco descobria furos sobre políticos, empresários e socialites, que seriam publicados em sua coluna. Outra novidade, implementada por ele, foi a lista anual dos “dez mais elegantes”, que incluía pessoas da sociedade e anônimos. Apesar da origem abastada, Maneco não gostava da vida dos salões de festa. Descrevia os eventos, resumindo as roupas, jóias e o bufê numa frase “Depois eu conto”. Maneco acreditava no valor do colunismo social para o jornalismo e por isso, a coluna deveria conter assuntos de interesse geral, que não agradassem apenas meia dúzia de amigos.

Segundo Ruy Castro, a grande importância do jornalista foi influenciar na opinião pública dos seus leitores.

Sua coluna era tão lida que, naqueles tempos pré-divórcio, que bastava chamar de “senhor e senhora” um casal não casado para que a união ficasse oficial. Isso podia não fazer diferença nas altas rodas, mas influenciava os leitores de classe média, que tinham os ricos como modelos. Maneco era a favor de que os costumes se arejassem, não que se escancarassem. Mas as transformações eram tantas, e não apenas em termos de sexo, que ele previu que, um dia, a elegância seria uma palavra morta nos dicionários. (CASTRO, 1999: 230).

Depois de passar pela *Última Hora*, Maneco resolveu abandonar o ofício de colunista social e se tornar cronista esportivo.



Além de Maneco Muller, outro jornalista teve papel fundamental para a consolidação do chamado “colunismo de variedades” na imprensa carioca: Ibrahim Sued. Apesar de não pertencer a nenhuma família tradicional, Ibrahim sabia se movimentar entre elas e conquistar a confiança necessária para descobrir informações exclusivas. Vale lembrar que o jornalista não começou diretamente nas colunas sociais; ele trabalhou durante mais de dez anos em coberturas fotográficas até captar um flagrante polêmico: o cumprimento de Otávio Mangabeira ao general Eisenhower, que acabara de comandar as tropas aliadas vencedoras da Segunda Guerra Mundial, em 1946. A foto tirada por Ibrahim dava a impressão que Mangabeira estava beijando a mão do general, o que provocou uma crise no Congresso Nacional e grande discussão no meio político. Foi desta forma que ele saiu do anonimato e deu início à sua bem-sucedida carreira como colunista.

Alguns anos mais tarde, Ibrahim conseguiu um espaço no jornal *A Vanguarda*, onde comentaria as notícias e os bastidores dos ricos e poderosos da sociedade carioca. Assim, em 1951, nasceu *Zum-Zum*, a primeira coluna que assinou em sua carreira. Em seguida, “o Turco”, como ficou conhecido, passou pela *Revista Manchete* e pelo *Diário Carioca*, até ter a sua coluna no jornal *O Globo*, onde trabalhou de 1954 até a sua morte em primeiro de outubro de 1995.

Para Ibrahim Sued a década de 1950 – além do biquíni, dos bailes de debutantes e Cadillacs rabo-de-peixe – foi um período de transformação do jornalismo brasileiro, que passou a produzir uma “informação curta, direta, informativa por excelência, muitas vezes agressiva, quase sempre anti-romântica. [...] Ibrahim Sued produz sua coluna abusando da informação e da criatividade. Lançou personagens, criou modismos, mesclou notas mundanas com informação sobre política e economia, trouxe artistas internacionais para o carnaval carioca. (SUED, Isabel, 2001: 13)

Ibrahim, sensível ao ambiente que o cercava, tratou de criar uma verdadeira “colcha de retalhos” noticiosa em que política, cidade, boates, restaurantes, bailes, festas, acontecimentos internacionais, literatura, teatro, música, cinema, carnaval, esportes, férias, jogos, modas, desfiles, etiqueta, astros internacionais e comportamento eram matéria prima indispensável.

Em sua coluna *Reportagem Social*, no jornal *O Globo*, o jornalista, já sentia o novo valor do colunismo social na imprensa brasileira.

Ninguém pode negar que o colunismo na imprensa brasileira é uma especialidade imprescindível nos tempos atuais. E para este colunista isto constitui uma vitória que agora é reconhecida por todos, inclusive por aqueles que tanto nos combatiam. Contribuímos para transformar esse gênero de jornalismo, que até então era um simples “bico” para aqueles que o praticavam, em uma profissão honesta, honrada e valiosa dentro da nossa imprensa. (SUED, Ibrahim apud Sued, Isabel, 2001: 70)

As colunas, que até então só tratavam de eventos sociais, passam a se dedicar à outros assuntos, levando ao leitor diversos furos jornalísticos. Isabel Travancas<sup>7</sup> lembra que foi Ibrahim quem anunciou que Emílio Garrastazu Médici seria o próximo presidente, que uma doença, futuramente conhecida como AIDS, estava atingindo homossexuais. Boechat aprendeu muito sobre a compulsão da notícia exclusiva na “Escola de Ibrahim”, herança que seria muito importante para escrever a sua própria coluna, alguns anos mais tarde.

Mas como era possível descobrir notícias deste porte? Elas eram obtidas através do convívio com o *high-society*. Ibrahim freqüentava assiduamente os almoços, jantares, coquetéis, shows, festas e bailes, promovidos pelas grandes famílias cariocas e chegou a organizar seus próprios eventos. Era por estar no meio dos colunáveis que o jornalista obtinha informações de primeira mão. Raquel Paiva e Muniz Sodré recordam que nos salões da elite era possível descobrir manchetes de grande importância para a política e economia do país, já que depois de algumas taças, à mesa de jantar, os empresários acabavam “soltando” alguma informação que mais ninguém sabia, fosse uma fusão de empresas ou as ações mais lucrativas da bolsa de valores.

Outra característica marcante nas notas de Ibrahim Sued é o estilo da escrita. Por se tratar de um gênero opinativo, as colunas costumam apresentar a linguagem de seu autor, assim como a defesa dos seus pontos de vista. Nesse contexto, *Reportagem Social* foi mais que um retrato de uma época, de uma cidade e de um grupo social, foi um reflexo da

---

<sup>7</sup> TRAVANCAS, Isabel. 50 anos do colunismo de Ibrahim Sued. Disponível na internet via <http://bocc.ubi.pt/pag/travancas-isabel-coluna-ibrahim-sued.html>.

personalidade do jornalista. Os erros de português e neologismos tornaram-se marcas registradas do estilo do autor, ainda que tenham sido motivo de críticas por parte de alguns.

Até que me dei conta de que aqueles troços iniciais tinham-se convertido numa característica, naquilo que eu chamo o meu “estilo”. E esse estilo me identificava com a massa dos leitores e dos ouvintes e dos telespectadores, não porque eles necessariamente também adotassem tal maneira de se expressar, mas porque eu assim demonstrava que era um deles, um estranho ao meio social cujos segredos eu desvendava para eles com a idoneidade de quem tudo assistia com isenção. (SUED, Ibrahim, 1983: 19)

Quanto aos neologismos, Ibrahim inventou muitos, fora as expressões que costumava usar em suas notas. *Ademã, champanhota, cocadinha, su, sorry periferia, os cães ladram e a caravana passa, bola preta, bola branca, kar, shangay e Gigi eu chego lá* são exemplos conhecidos.

No seu livro de memórias ele explica, por exemplo, como surgiram as palavras *kar* e *shangay*.

Eu estava lendo um dia uma crônica do Machado e encontrei uma referência a alguma coisa “muito car”; que era um erro de revisão, naturalmente significava “muito cara”. Mas eu achei engraçado e adotei a expressão “very kar”, como coisa de muito bom gosto. E precisando de um antônimo, arranjei um por mera inspiração: eu fazia um programa semanal de televisão em São Paulo e um dia resolvi lançar a palavra “shangai” com sentido de coisa ruim e não fiz por menos. (SUED, Ibrahim, 1983: 20)

Com esse vocabulário próprio, *Reportagem Social* não se mantinha indiferente aos acontecimentos políticos, econômicos, culturais e sociais da época. Durante as muitas mudanças pelas quais o Brasil passou, Ibrahim deixava claro que era anti-comunista, que era contra a transferência da capital para Brasília, que era um apaixonado pelo Rio (chamado por ele de Belacap) e que apoiava o regime militar.

Alguns temas mais sutis também recebiam a sua atenção. As listas das mulheres mais bem vestidas da sociedade, dicas de etiqueta, o que estava na moda nas capitais

européias, os eventos esportivos pela cidade – naquela época o futebol dividia as atenções com pólo, turf, tênis, entre outros – e as festas também eram pautados.

Em relação aos acontecimentos internacionais, suas colunas noticiaram a eleição de Perón na Argentina, a coroação da Rainha Elizabeth, a Guerra do Vietnã, o surgimento do Concorde, as mortes de John Kennedy e do Papa Pio XII, só para citar alguns. Em suas viagens à Europa, ele não deixava de comentar o que era “quente” para o *jet-set*<sup>8</sup> mundial.

A fórmula da coluna de Ibrahim agradou tanto ao público, que em 1965, ele ganhou um programa da *TV Globo*, onde comentou durante nove anos, ao vivo, os principais assuntos citados em *Reportagem Social*.

Ao todo, o jornalista escreveu mais de 15 mil colunas, que começaram com apenas 20 cm, mas que chegaram a meia página, em sua etapa final. Na década de 1990, chegaram a ser publicadas simultaneamente no *Diário da Serra*, de Mato Grosso; *A Crítica*, Manaus; *A Tarde*, Bahia; *Gazeta do Povo*, Paraná e *Diário do Nordeste*, Ceará.

---

<sup>8</sup> Segundo o dicionário Oxford Wordpower, jet-set é um termo usado para designar um grupo de pessoas ricas e influentes, que participam de atividades inalcançáveis para a maioria das pessoas. Como esse grupo pode viajar para os locais mais exóticos e requintados do planeta de avião (jet em inglês), o grupo ficou conhecido como jet-set.

### 2.3 A consolidação do novo modelo de jornalismo

O sucesso das colunas de Ibrahim Sued abriu caminho para o surgimento de outros grandes colunistas na imprensa carioca, mostrando que este gênero jornalístico conquistou a simpatia de muitos leitores pela cidade. Zózimo Barroso do Amaral e Ricardo Boechat foram alguns de seus colaboradores que assumiram colunas próprias e que, assim como Ibrahim, foram bem-sucedidos.

Zózimo, filho de banqueiro, fez a sua estréia no jornalismo como repórter geral em *O Globo* até ser convidado pelo editorialista do jornal, Álvaro Americano, que até então era o responsável pela coluna Carlos Swann<sup>9</sup>, para fazer o garimpo de notícias. Vale lembrar que Swann não era nenhum colunista, e sim o nome de um personagem de Proust no livro *Em busca do tempo perdido*, que foi escolhido por Álvaro como pseudônimo.

Em 1969, Zózimo recebeu um convite do *Jornal do Brasil* para assinar uma coluna no *Caderno B* com o seu nome. Segundo o seu filho, Fernando Barroso do Amaral, o jornalista aceitou o desafio e deu um novo estilo à coluna social.

Ele procurou escrever textos mais noticiosos e não basear a coluna apenas em notícias da sociedade carioca. Ele foi moldando o espaço de tal forma que a coluna se transformou em um pequeno noticiário noticioso dentro de um grande jornal. Foi através das colunas que ele fez do Rio uma cidade ainda mais atraente e fascinante.<sup>10</sup>

De fato, Zózimo costuma ser lembrado pelos colegas como um mestre da escrita. Segundo seu repórter Ricardo Boechat, “ele era capaz de pegar uma notícia que não dizia rigorosamente nada e fazer daquilo uma jóia. Porque era um esteta, um artista do texto, uma pessoa que tinha sacadas ótimas”. Outra característica de sua coluna era a abrangência

---

<sup>9</sup> De acordo com Boechat, a coluna Carlos Swann foi criada em 1963 para suprir a repentina saída de Ibrahim Sued que havia brigado com Roberto Marinho devido à inclusão em sua coluna, à revelia, de um desmentido relacionado ao Carlos Lacerda, então governador da Guanabara. Em 1983, começou a trabalhar na coluna ao lado de Fernando Zerlotini. Dois anos mais tarde, tornou-se seu titular.

<sup>10</sup> Extraído do artigo “Zózimo para sempre na paisagem do Rio”, de Miriam Abreu, publicado no site Comunique-se ([www.comunique-se.com.br](http://www.comunique-se.com.br))

temática. Para ele, “se a coluna abordar artes plásticas, livros, cinema, economia e política, interessará a todos os leitores”.<sup>11</sup>

Anna Ramalho, que trabalhou como repórter em sua coluna, acredita que ele foi o maior colunista que o Brasil teve em todos os tempos.

O Zózimo não era só o furo. Ele estava se lixando para esse negócio de furo. A coluna dele era uma coisa muito pessoal, a cara dele. Ele era muito elegante inclusive como pessoa física e humana. Era um sujeito muito gozador, que nasceu na melhor sociedade, em de uma família bem rica. Ele era chiquíssimo e disputadíssimo, de forma que os convites que recebia não eram para o Zózimo colunista, e sim para o Zózimo pessoa. (Anna Ramalho, 22/02/05)

Muitos ex-colegas relembram que na sua sala no *Jornal do Brasil* o colunismo social voltou a ser o produto de uma festa privativa que subvertia o expediente. Quando gostava de uma nota, o jornalista saía de sua mesa para lê-la em voz alta, testando a sua repercussão. Ele falava sobre o aumento do preço da gasolina com o mesmo requinte com que descrevia os grande eventos da sociedade carioca, como se pode notar pela nota abaixo, publicada no *Jornal do Brasil*, no dia 2 de janeiro de 1980.

Odile e Paulo Marinho entraram com o know-how e o anfitrião, Hélio Paulo Ferraz, com o apartamento, um cinematográfico duplex em frente ao Country Club, ainda sem decoração definitiva, improvisada para o dia pelo engenho e arte do arquiteto Cláudio Bernardes, com plantas e almofadões. O resultado foi uma das mais movimentadas e concorridas de todas as festas de Reveillon. Conversava quem queria, dançava quem queria, bebia e comia quem preferia, sem se importar com a tempestade que encharcava os terraços. Quem estava? Todos ou quase todos, a começar pelo elenco de estrangeiros como Elsa Martinelli, Bob Colacello e Massimo Gargia, este o idealizador da festa The Best, que escolheu recentemente em Roma os homens e mulheres mais elegantes do mundo. Além deles, centenas de convidados, mais de 500, cuja relação de nomes encheria toda a página.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Citação extraída da Revista Isto é, do dia 19 de novembro de 1997.

<sup>12</sup> Coluna Zózimo, do dia 2 de janeiro de 1980. *Jornal do Brasil*, p.3

Zózimo tinha grande facilidade para descrever festas. A narração de eventos, tão presente nas colunas sociais, é, aliás, uma das questões teóricas mais importantes, relativas à este tipo de colunismo. Muitos autores chamam atenção para o grande fascínio que este tipo de nota exerce no leitor comum.

Uma das características das colunas sociais é oferecer ao cidadão comum a sensação de fazer parte deste círculo de colunáveis, ainda que de forma artificial. Com uma linguagem romanceada, os colunistas acabam, indiretamente, compensando as frustrações do dia-a-dia dos leitores, e levando-os a crer que pertencem à esse mundo de *glamour*.

Como uma pessoa frustrada não pode identificar-se com quem não tem sucesso, a coluna social só mostra aqueles que, de um modo ou de outro, triunfaram na vida: ganharam dinheiro, estão em companhia de homens e mulheres famosas, são belos, inteligentes, espirituosos e imunes ao tempo – se a velhice se manifesta no rosto, fazem plástica, se o corpo falha, vão à clínicas sofisticadas onde se submetem a tratamentos com hormônios, e voltam à carga com força total. Para o homem comum, trata-se de semi-deuses que por meio de sua dupla natureza, divina e humana, efetuam a circulação permanente entre o mundo da projeção e o mundo da identificação. [...] Eles realizam os fantasmas que os mortais não podem realizar, mas chamam os mortais para realizar o imaginário. (BOND apud KOVACS, 1975: 21)

Segundo Jean Stoetzel, a imprensa tem como função recreativa relaxar tensões, causadas por essas frustrações (STOETZEL *apud* KÓVACS, 1975: 5). Diante de relações afetivas cada vez mais fragmentadas e insatisfatórias, as colunas com suas fotos informais, anedotas e revelações íntimas reconstituem o prazer das relações primárias. Nesse contexto, os leitores têm a sensação de conhecerem os personagens mencionados nas notas como se eles fizessem parte de seu círculo de conhecidos.

Edgar Morin chama a atenção para o fato de a coluna oferecer uma informação romanceada que apela para os processos de projeção-identificação usados nos filmes, livros e novelas.

De fato, os personagens em situação dramática nos fatos variados, as vedetes em situação romanceada da atualidade, fornecem uma matéria real, mas da mesma estrutura afetiva do imaginário. (MORIN apud KÓVACS: 5)

Ao contrário de Ibrahim Sued, que utilizou neologismos para incrementar a linguagem de sua coluna, Zózimo não inventou palavras novas, mas ficou conhecido por algumas frases: *Quem pensa em dinheiro não gasta dinheiro; Quem não deve não treme e Brega é perguntar o que chique. Chique é não responder*, entre outras.

Outro colunista renomado, Ricardo Boechat ingressou no colunismo social acidentalmente. Aos 17 anos, largou os estudos e decidiu procurar um emprego. Chegou a ser vendedor de livros e material de escritório antes de ingressar nas redações. A oportunidade não tardou a aparecer: o pai de uma colega de escola, preocupado com o futuro do rapaz e sabendo de sua vocação para a escrita, conseguiu uma vaga para ele no extinto *Diário de Notícias*. Lá, ele começou com tarefas primárias até conseguir um furo para o jornal.

Eu dei sorte de no dia em que a cidade estava sitiada pela polícia em função de um seqüestro de um diplomata americano, que não me lembro bem quem era, eles sitiaram a cidade e nesse mesmo dia Pelé estava embarcando para o exterior. Eu e o motorista do jornal, um cara endiabrado, pegamos a caminhonete do jornal, uma Rural Willys, ele conseguiu romper todas as barreiras a caminho do Galeão. A equipe do Diário de Notícias foi a única a chegar antes do embarque de Pelé. Fizemos uma pequena entrevista e então se produziu um texto legenda, algo que só o jornal publicou. (Ricardo Boechat, 31/01/05)

Desta forma curiosa, Boechat chamou a atenção do editor e conseguiu outras tarefas até receber um convite para fazer um bico: cobrir as férias de um colega de outra editoria. Quando foi se apresentar para o trabalho, o jornalista descobriu que iria trabalhar na coluna de Ibrahim Sued, onde ficou durante 14 anos e aprendeu seu ofício de colunista.

Em 1983, começou fazer a sua própria coluna no jornal *O Globo*, e hoje pode ser considerado um profissional multimídia. Além de diretor de jornalismo da *TV Bandeirantes*, assina uma coluna no *Jornal do Brasil* e fala na rádio *Band News*.

Quanto à temática de sua coluna, o jornalista é direto: “Do sujo ao nojento, eu quero estar por dentro”. Essa perseguição incansável da notícia virou uma de suas marcas, assim como a preferência pela informação factual. A coluna é, segundo ele, 90% de fato e 10% de interpretação do fato, de forma que a interpretação fica à cargo do leitor.



Além de Zózimo e Boechat, Hildegard Angel foi outro nome de destaque nesse período. Filha da renomada estilista Zuzu Angel e pupila da colunista Nina Chavs, em *O Globo*, Hilde, como ficou conhecida, procurou manter o glamour das colunas, dedicando a maior parte do espaço de sua coluna para a cobertura das festas dos ricos e poderosos da sociedade brasileira.

Hilde começou sua carreira longe das redações, em palcos de teatro e estúdios de televisão. Como atriz, participou das montagens de *Marido: Matriz e Filial*, *Venerável Madame Gouneau*, *Freud Explica...*, *Bonifácio Bilhões*, *Gracias Señor* e *A Mãe*. Aos 18 anos, ingressou em *O Globo*, para ser o braço-direito de Nina Chavs. Pouco tempo depois, no início da década de 1970, a jornalista assinou sua primeira coluna: *Veneno*, no mesmo jornal. Mas foi em 1976, depois de uma curta passagem pelo jornal *Última Hora*, que Hilde começaria a construir seu nome como colunista social. Nesse período, ela tornou-se responsável pelas colunas: *Por dentro da TV* e *Perla Sigaud*. Na primeira, publicada diariamente na última página do Segundo Caderno, ela trazia as fofocas dos bastidores das novelas e a vida dos artistas. Já a coluna Perla Sigaud (pseudônimo usado por Hilde, sugerido por Evandro Carlos de Andrade, chefe da redação do jornal) era publicada todos os sábados e ocupava duas páginas inteiras com notas sobre eventos ocorridos na alta sociedade brasileira, acompanhadas de fotos. Nesta coluna, Hildegard conseguiu grandes furos como uma entrevista com a Princesa Grace de Mônaco e a venda das ações do grupo Monteiro Aranha.

Em 1992, ainda em *O Globo*, a jornalista substituiu a mentora Nina Chavs no jornal e começou a assinar a coluna *Borbulhantes...Borbulhantes* no caderno *Ela*, suplemento destinado ao público feminino com matérias de moda e comportamento. Seis anos depois, Hilde voltou para o *Segundo Caderno*, onde assinou uma coluna com o seu nome. Nesta fase, atestou a falência financeira e social da antiga sociedade tradicional e de seus ícones, mostrando a ascensão dos novos ricos.

Apesar do sucesso junto ao público, Hildegard foi afastada de *O Globo*, em 2003, e substituída pelo cronista Joaquim Ferreira dos Santos, que passou a assinar a coluna *Gente Boa*, com um novo enfoque. Em seguida, a colunista foi contratada pelo *Jornal do Brasil*,

onde assina uma coluna na contra-capa da editoria Cidade e edita o caderno *H*, um suplemento dominical de moda e estilo.

Apesar da diferença de estilos, Zózimo, Boechat e Hildegard contribuíram de forma ativa para consolidar um modelo de coluna social, típico da imprensa brasileira, que têm no Rio de Janeiro outros seguidores como Ancelmo Góis, Joaquim Ferreira dos Santos, Anna Ramalho e Márcia Peltier.

## PARTE III- COLUNISMO CONTEMPORÂNEO

Como um espelho da sociedade, as colunas sociais também se transformaram ao longo dos anos. A transferência da capital federal para Brasília, o declínio da alta sociedade tradicional, a importância dada às celebridades contemporâneas, a facilidade de se alcançar a fama e a internet modificaram o mecanismo de criação das colunas. Antenados às mudanças, os colunistas da atualidade tiveram que se adaptar. A seguir, serão discutidas essas mudanças e como os jornalistas buscaram se manter atualizados com os seus leitores.

### 3.1 Mudanças no colunismo social carioca

O jornalismo mudou muito nas últimas décadas. As matérias ganharam uma nova feição, a diagramação se aperfeiçoou, as novas tecnologias aproximaram as redações dos leitores. O colunismo social não se manteve à margem desse processo e acompanhou essas transformações. Como um espelho da sociedade, que reflete seus gostos e aspirações, as colunas atuais nos permitem ver como os valores sociais mudaram nesses 50 anos.

Em *O Globo*, por exemplo, as colunas de Ancelmo Gois e Joaquim Ferreira dos Santos pouco têm em comum com as colunas glamourosas de Ibrahim Sued e Zózimo. No entanto, é importante ressaltar que a ausência das grandes descrições dos eventos da alta sociedade carioca não acabou com o interesse dos leitores. Se naquela época os grã-finos e suas festas eram matéria prima essencial de qualquer coluna social, hoje, o leitor busca informações sobre os artistas, atletas e modelos da vez. A enorme repercussão de dois casamentos recentes – de Luciano Huck com Angélica e Ronaldo com Daniela Cicarelli – em todas as colunas cariocas é prova desta mudança. Dos preparativos da cerimônia até os acontecimentos da festa, tudo vale um registro, tendo sido, inclusive, chamadas de capa de vários jornais.

Segundo Michael Herschmann e Carlos Alberto Messeder Pereira, o culto às celebridades no Brasil atingiu hoje proporções nunca vistas antes.

Apesar de seu prestígio cada vez maior, as celebridades não necessariamente exibem no seu currículo realizações extraordinárias. [...] Ao lado do *star system* tradicional que lança galãs e atrizes, vemos surgir na mídia uma infinidade de celebridades que aparentemente não dependeram de nenhum mérito especial para alcançar a fama. (HERSCHMANN, PEREIRA, 2003: 31)

Esse interesse por narrativas biográficas estaria atendendo a uma demanda dos leitores. Enquanto algumas têm função pedagógica, de caráter exemplar e heróico (como ocorre em relação à Ayrton Senna, por exemplo), outras sugerem estilos de vida (Cazuza) ou têm um apelo pela sua capacidade de nos aproximar de alteridades (Chiquinha Gonzaga).

Os autores ressaltam que existem mais celebridades construídas pela mídia do que aquelas que se destacam por seu talento ou genialidade.

O sucesso, mesmo aquele dos heróis ou das celebridades talentosas, depende tanto de uma avaliação meritocrática quanto de um processo publicitário bem-sucedido. (HERSCHMANN, PEREIRA, 2003: 38)

Exemplo dessa construção de celebridades pode ser observada através do programa *Big Brother*<sup>13</sup>, onde pessoas comuns, desprovidas de qualquer talento excepcional, são elevadas à condição de artistas e mantém altos os números do IBOPE. Jean Willys, participante e vencedor da quinta edição do programa, virou verdadeiro ídolo nacional. Que motivos o levaram a ganhar a simpatia do público? Jean, nordestino e gay, representava as minorias, em um país tão desigual e preconceituoso. Grazielli Massafera, a ex-miss Paraná, também foi elevada à condição de estrela e tão logo saiu do confinamento dos estúdios do Projac, foi convidada a estrear outros programas da *TV Globo*.

---

<sup>13</sup> O programa criado pela empresa holandesa Endemol coloca pessoas de diferentes personalidades e origens em uma casa fechada durante diversos dias. Nesse tempo, os participantes competem entre si até que reste apenas uma pessoa, que ganha um prêmio em dinheiro.

Vale lembrar que existem outros tipos de celebridades efêmeras. No casamento do craque de futebol Ronaldo com a modelo Daniela Cicarelli, por exemplo, outra modelo ficou conhecida em todo o mundo. Caroline Bittencourt, namorada do playboy Álvaro Garneri, ganhou as páginas em jornais de todo o mundo por ter sido expulsa da cerimônia pela noiva. Poucos meses depois do ocorrido, a moça sumiu dos jornais na mesma velocidade com que entrou.

Ao lado, do fenômeno da celebritização, outros fatores tiveram papel fundamental nas mudanças das colunas sociais na imprensa carioca. A transferência da capital federal para Brasília em 1960 alterou a rotina do Rio de Janeiro e conseqüentemente seus acontecimentos sociais. Os jantares da alta cúpula do governo não eram mais realizados no Palácio do Catete, e sim, no Itamaraty, em Brasília. O Centro da cidade, local bem freqüentado, que abrigava salões de beleza, casas de chá e casas de alta-costura, se deteriorou e hoje é reduto de camelôs, mendigos e assaltantes. Diversos espetáculos artísticos não incluem o Rio de Janeiro em sua rota. O carnaval, que outrora fazia parte de uma extensa programação de festas requintadas, tornou-se uma festa em que os colunáveis se aglomeram em camarotes de grandes empresas.

Danuza Leão, em um texto sobre suas memórias como colunista social<sup>14</sup>, conta que não existem mais festas como antigamente.

Festas, verdadeiramente, só existem hoje em dia para lançar um produto, seja uma cerveja, uma novela, uma marca de celular ou uma pessoa que se considera um produto. Os organizadores se matam para ter como convidados pessoas famosas que podem gerar notícia nas colunas e, se possível, matérias nas revistas especializadas. Para conseguir essa façanha, são contratados os divulgadores, cuja eficiência é medida pelos famosos que conseguem levar e pelo número de notas que conseguem emplacar. (LEÃO, 2003: 18)

---

<sup>14</sup> Danuza Leão foi colunista social do *Jornal do Brasil* durante nove anos, substituindo Zózimo Barroso do Amaral, em 1993. Saiu em 2001, quando seu espaço no Caderno B foi ocupado por Márcia Peltier. Era ex-modelo e foi casada durante muitos anos com o jornalista Samuel Wainer. Nesse tempo, conviveu com presidentes, senadores, deputados e empresários,.

Raquel Paiva e Muniz Sodré acreditam que a medida que os anos passaram, as colunas sociais incorporaram personagens de destaque na vida social, diferentes daqueles que pertenciam ao velho café-society.

As figuras importantes pouco mudaram, mas algumas empobreceram ou perderam o brilho: a outras, “emergentes”, parece faltar a *finesse*, que suscita identificações e projeções coletivas. As colunas de hoje, estilo Ancelmo Góis (*O Globo*) e Ricardo Boechat (*Jornal do Brasil*), passam ao largo do *grand mond*, privilegiando assuntos econômicos e políticos da cidade. [...] A temática do antigo colunismo social, a das festas e do estilo privilegiado de vida, não desapareceu de todo, mas perdeu a atração exercida no passado. (PAIVA, SODRÉ, 2004: 28)

Além da mudança da capital e da moda das celebridades, outro motivo contribuiu para modificar a estrutura e a linguagem das colunas sociais: o dinheiro. Enquanto no passado, as grandes famílias da alta-sociedade eram riquíssimas, hoje, se observa que poucos conseguiram manter o padrão de passado.

Após a morte de Ibrahim Sued, o jornalista Luís Nassif chamou a atenção para mudança na posse do dinheiro.

O colunismo ajudou na cosmopolitização da cidade e foi uma espécie de arauto barulhento da internacionalização da economia, quando o país começava a ensaiar seu processo de industrialização no período pós-guerra. O desenvolvimentismo destruiu o equilíbrio econômico estratificado nas velhas famílias abrindo espaço para a invasão da sociedade pelos novos empreendedores.<sup>15</sup>

São os chamados emergentes, indivíduos que, muitas vezes, saíram do Subúrbio e hoje têm belos apartamentos e casas em bairros nobres da cidade. Para Anna Ramalho, colunista de *Ui!*<sup>16</sup> caderno *JB Barra*, a bairro é o cartão postal da emergência, do novo-richismo. Segundo ela, essa mudança do dinheiro fora observada por Zózimo, em 1980, quando o cantor Frank-Sinatra veio ao Brasil em turnê.

<sup>15</sup> NASSIF, Luís. Folha de São Paulo, 03/10/95

<sup>16</sup> Termo usado pela jornalista que se transformou em sua “marca registrada”.

Ele começava a nota sobre a cobertura do show dizendo assim “O dinheiro mudou de mãos. Na platéia do Frank Sinatra no Rio Palace, anteontem, à mil dólares por cabeça, não tinha ninguém conhecido, exceto fulano, beltrano e cicrano”. Eram três pessoas conhecidas, mas não era nenhum Paula Machado, nenhum Guinle. (Anna Ramalho, 22/02/2005)

Ela cita ainda a vida do playboy Jorginho Guinle, um homem que herdou milhões de dólares, cuja família era dona de diversos imóveis pela cidade como exemplo deste processo. Levando uma vida de muito luxo, Jorginho perdeu toda a sua fortuna e morreu, no ostracismo, em 2004, no hotel Copacabana Palace. Curiosamente, a família de Jorginho era dona do hotel, símbolo do glamour do Rio de Janeiro, e onde ele estava hospedado gratuitamente na ocasião de sua morte.

Liège Monteiro, uma das *promoters* de maior prestígio da cidade, reitera o deslocamento do capital para a Zona Oeste da cidade.

O dinheiro vem basicamente de negócios imobiliários, lojas de materiais de construção, padarias, motéis, etc. Não se trata de uma alta-sociedade mesmo, clássica, estilo europeu, semelhante à carioca de antigamente. A atual ainda porta as marcas de um começo, falta iniciação cultural. (MONTEIRO apud PAIVA, SODRÉ, 2004: 40)

Isso explica porque grandes jornais como *O Globo* e *Jornal do Brasil* criaram colunas sociais dedicadas à Barra. Trata-se de um bairro de grande valorização imobiliária, que tem crescido muito nos últimos anos. Lá se concentra o maior número de shoppings centers e grandes condomínios de luxo.

Isabel Sued, filha de Ibrahim e colunista da revista *Flash*, acredita que o tradicionalismo se dissipou, modificando o formato da coluna. Segundo ela, enquanto os artistas se tornaram os personagens deste gênero jornalístico, as famílias que têm dinheiro não querem aparecer por causa da violência. O *status* midiático substituiu os sobrenomes da alta sociedade.

Exemplo da importância dada às notícias dos artistas é a coluna *Controle Remoto* de Patrícia Kogut, em *O Globo*. Suas notas falam sobre projetos de artistas, novos casais, namoricos e outras fofocas. Ela comenta, ainda, sobre a qualidade de alguns programas da televisão brasileira, sobretudo das novelas.

A demissão da colunista Hildegard Angel, do mesmo jornal, em 2003, é outro indício dessa mudança. Após a saída da jornalista, o modelo de coluna predominantemente social, com muitas fotos e notas sobre as *socialites* cariocas, foi abolido do *Segundo Caderno*. O espaço ocupado por ela ficou sob responsabilidade do cronista Joaquim Ferreira dos Santos, que deu à coluna uma nova feição. *Gente Boa*, como é chamada a sua coluna tem uma proposta diferente das demais: dar destaque à pessoas anônimas, mas que tenham alguma história interessante para contar. Joaquim também ousa na forma de descrever eventos, com um estilo muito diferente do que fazia Ibrahim Sued ou Zózimo.

Raquel Paiva e Muniz Sodré ressaltam que o título da coluna de Joaquim também é um indício dessa transformação: ao invés de ‘gente-bem’, termo usado por Ibrahim para designar os bem-nascidos, o espaço do colunista se chamou *Gente-Boa*.

A troca do advérbio pelo adjetivo é claro sintoma de mutação tanto na forma de tratamento dos bem postos na vida social quanto na seleção. Os personagens da coluna têm agora a ver com a mídia ou com situações suscetíveis de passar pelo crivo da mediatização, tais como festas, eventos esportivos da moda, flagrantes da vida de cantores populares, etc. (PAIVA, SODRÉ, 2004: 29)

Segundo Joaquim, a vida social da cidade ficou muito corriqueira com o declínio da alta-sociedade carioca.

Não temos mais uma alta sociedade glamourosa para ostentar jantares e recepções. Atualmente, todo mundo trabalha e corre atrás. O Ibrahim, o Zózimo e o Jacinto de Thormes já tinham percebido isso e faziam na verdade pequenos jornais dentro dos jornais, com notas de assuntos bem diversificados. Hoje, o *Globo* radicalizou isso. Com a saída da Hildegard Angel, o *Globo* me chamou para uma coluna de gente, mais abrangente. Resolvi misturar os personagens, colocando não só as celebridades, as personalidades nacionais, como os personagens de rua e populares que todos conhecem, mas não tinham espaço numa coluna. Gente



boa, gente chique, é gente ética, que trabalha, participa do processo social e sabe explicar direitinho de onde veio o dinheiro que lhe sai do bolso. (Joaquim Ferreira dos Santos, 06/05/05)

Nesta coluna, o critério de seleção dos personagens nada tem a ver com o sobrenome e a origem de um indivíduo.

O jornalista Ivson Alves não acredita que essas transformações tenham representando o fim do colunismo social. Para ele, trata-se de um novo formato, que substituiu os grã-finos do passado pelos artistas do momento.

Não que o colunismo social tenha desaparecido. Ele mudou de forma, refletindo um mundo em que a idéia de exclusivismo só se mantém à Vera num nível tão elevado que até dispensa as atenções da mídia. Hoje, o ‘colunável’ é o ‘famoso’ da hora – o bacana do Big Brother, a boazuda modelo-e-atriz, o pagodeiro, o jogador de futebol. [...] Não entro no mérito se o ‘colunismo da fama’ é bom ou mau, mas creio que deve se admitir que ele reflete muito mais o que está a nossa volta do que o colunismo social praticado pela Hilde.<sup>17</sup>

Já Ricardo Boechat defende a tese da “morte da coluna social”. Segundo o colunista, essa mudança de valores na sociedade teria causado o fim do modelo consagrado por Ibrahim e Zózimo, que não encontra mais matéria-prima para sustentar o velho formato de antigamente, nem consegue atrair novos leitores porque se restringem às mesmas patotas e os eventos freqüentados por elas.

Eu tenho a impressão que isso está morrendo, já morreu na sua forma original e continua morrendo. Não informação para sustentar uma coluna diária deste tipo. O dinheiro mudou de mãos, as famílias quatrocentonas deixam de existir e não há mais eventos nem jantares suntuosos. Atualmente, as famílias que mantiveram dinheiro desenvolveram a consciência de que mostrar essa fortuna é arriscado. (Ricardo Boechat, 31/01/05)

---

<sup>17</sup> ALVES, Ivson. Colunismo em Extinção. 2003. Disponível no site [www.comunique-se.com.br](http://www.comunique-se.com.br)

Por esse motivo, a coluna, assinada por ele, no *Jornal do Brasil*, não é mais uma coluna social, e sim uma coluna de variedades, focada em assuntos políticos e econômicos. Para ele, o futuro do colunismo estaria nas colunas tipo “gente”, como faz Joaquim Ferreira dos Santos.

No entanto, alguns colunistas ainda tentam seguir o velho formato do Café-Society. A coluna de Hildegard Angel, no mesmo jornal, ainda pode ser considerada predominantemente social. Suas notas narram jantares, casamentos, coquetéis e outros eventos freqüentados pelo o que restou dos grã-finos da sociedade carioca. Para ela, a coluna é “o Guia Rex dos nomes, fatos, negócios e poderes”, onde quem aparece é um empresário importante, um profissional de sucesso, alguém com um sobrenome famoso ou porque tem beleza.<sup>18</sup>

A jornalista, que era filha da renomada estilista Zuzu Angel, criou, em 2004, o *Caderno H*, dentro do *Jornal do Brasil*. O suplemento dominical é voltado para a moda, estilo e traz, ainda, matérias sociais. Outra novidade foi a coluna *Gay Society*, um espaço para o público homossexual.

Tenho tido essa preocupação de levantar o véu há hipocrisia e tornar as pessoas e a sociedade mais felizes. Dou espaço às minorias. Os movimentos negros têm em mim uma pessoa solidária, os movimentos gays, os Sem Terra. [...] Tenho grande orgulho de ter criado e implantado a primeira coluna gay da grande imprensa brasileira, o *Gay Society*, do *Caderno H*. (ANGEL, 2005: 11)

Aliada a uma maior liberdade e ousadia temática, a internet também tem provocado grandes mudanças nas colunas. De um lado, diversos *sites* de fofoca foram criados para dar informações em tempo-real sobre as celebridades do momento, acabando, muitas vezes, com a disputa pelo furo, de outro, a rede tornou-se aliada de alguns colunistas que a vêem como uma ferramenta de com o leitor.

---

<sup>18</sup> Em entrevista realizada pelo site *Comunique-se* ([www.comunique-se.com.br](http://www.comunique-se.com.br))

### 3.2 A influência da Internet nas colunas sociais contemporâneas

As novas tecnologias de comunicação não apenas afetaram a vida dos indivíduos, mas o trabalho de muitas empresas em todo o mundo. Com os jornais não foi diferente. O advento da Internet modificou muito a relação entre leitor e o jornalista, que passaram a ter um canal para o diálogo, as críticas e as sugestões. Grande parte dos jornais dispõe, hoje, de seções destinadas a comentar o que há de novo neste mundo tecnológico. Os cadernos *Informática etc*, de *O Globo*, e *Internet*, do *Jornal do Brasil*, são exemplos disso.

Por outro lado, o furo tornou-se um desafio quase inatingível, o que afeta, em particular, as colunas sociais, cujo objetivo é fornecer informações de primeira-mão para o leitor.

Simultaneamente, brotaram na Internet diversos *sites* de fofocas, que atualizam as informações sobre as celebridades em tempo real. *Babado*, *Dirce*, *Glamurama* e *O Fuxico* são apenas alguns exemplos em um enorme universo de opções. Isso sem falar na infinidade de jornais de todo o mundo, disponíveis para qualquer leitor em apenas alguns cliques. Desse modo, qualquer um pode saber das novidades dos artistas de Hollywood, acessando as seções de fofoca dos jornais americanos e europeus. Outras informações sobre economia, política e cultura também são obtidas dessa forma, em *sites* especializados.

Para Ricardo Boechat, a Internet, com seus milhares de endereços eletrônicos, acabou com a disputa pelo furo.

Você tem seis mil sites disputando a informação. Sites profissionais ou não, quase todos segmentados, ou seja, de pessoas que estão militando, dedicando suas vidas a áreas específicas de onde vão colher notícias com mais facilidade, mais proximidade física do que você. A Internet generalizou, democratizou, mas de uma maneira absolutamente irrestrita, de tal forma que você apurar algo, hoje, que não esteja em nenhum lugar, que seja uma informação absolutamente nova, é uma coisa cada vez mais exótica, mais atípica, mais incomum. Por isso, eu tendo a dizer que é difícil que as colunas de variedades calcadas no furo possam sobreviver indefinidamente, porque a tendência é que os noticiários segmentados, as colunas segmentadas, se apropriem cada vez mais das fatias de informação, que antes transitavam nessas colunas. (Ricardo Boechat, 31/01/05).

Já o colunista Ancelmo Gois vê a Internet como uma aliada no contato com o seu leitor. Muitas de suas notas são provenientes dos e-mails de pessoas que lêem a coluna.

Só para você ter uma idéia, todo o dia eu recebo 400 e-mails. Tem muita porcaria, muito lixo. Mas de qualquer maneira tem muita coisa boa. Eu aprendi muito com o leitor. Tem e-mail de um cara de Búzios que está dizendo que o pessoal está invadindo as praias. Tem gente que xinga, reclama de mim, concorda comigo. Isso a Internet permitiu. Antes, o contato com o leitor era muito através de cartas. Hoje, eu aprendi a fazer a coluna com o leitor. Às vezes eu dou uma porrada no Bush e tem leitor que sai em defesa dele. O mundo não é feito de pessoas iguais. Isso é o que faz a beleza do mundo, essa pluralidade, essa diversidade ideológica, política. (Ancelmo Gois, 17/12/04).

Outra novidade implantada em sua coluna é a publicação de fotos-flagrantes feitas pelos leitores. Ancelmo, influenciado pela colega Cora Rónai<sup>19</sup>, chegou a criar um e-mail específico para esta finalidade.

Recebo aproximadamente 300 e-mails só de fotos. Isso vai ser uma explosão do jornalismo no mundo inteiro. Cada vez mais a TV Globo usa vídeos amadores como os das crianças roubando turistas no Leblon. Eu acho que o primeiro jornalista a perceber essa revolução foi a Cora Rónai. Ela sacou isso na frente de todos nós. E eu fui atrás dela. Todo mundo fica fotografando e eu acho que daqui a pouco esses celulares que têm câmara digital acoplada, que até agora não têm qualidade para publicar, terão a definição das câmaras comuns. Isso vai ser uma grande explosão no mundo. Antigamente, os jornais tinham um espaço chamado “repórter amador” para que o leitor cobrisse uma notícia. Eu acho que daqui a pouco todos os jornais vão aderir às fotos por internet. Eu jogo muito isso à favor do Rio, falando das flores da cidade, mas sendo realista, falando das pessoas que invadem as calçadas, do homem que faz xixi na rua. (Ancelmo Gois, 17/12/2004)

Seguindo esta tendência, a colunista Anna Ramalho criou uma sessão em sua coluna chamada *Colírio Ui*. uma espécie de concurso de beleza virtual entre os leitores.

---

<sup>19</sup> Cora tem uma coluna sobre internet no caderno de Informática, de *O Globo*.

Quanto às vantagens e desvantagens da Internet, a jornalista acredita que a rede auxiliou muito nas pesquisas e acesso a personalidades que não se encontram próximas das redações.

Como jornalista, acho que a gente deve usá-la sempre. Para tudo, para ver a grafia das palavras, pesquisar. Agora, furo você não vai arranjar na Internet. Você não tem como competir com a velocidade deste veículo. A televisão já atrapalhou isso. O que você pode via Internet é ter acesso ao Nuzman (Carlos Arthur Nuzman, presidente do Comitê Olímpico Brasileiro), que está na China e tem um furo para te passar. Mas isso é uma coisa episódica, que depende da relação que você estabelece com as suas fontes. (Anna Ramalho, 22/02/05).

Aqui vale lembrar a importância das fontes para os colunistas, já que as informações de primeira mão pressupõem contato com pessoas dentro de instituições do governo, empresas ou mesmo *socialites*.

Segundo Ancelmo Gois, o caderno de telefones do colunista é uma ferramenta-chave que precisa ser construída ao longo dos anos. No seu caderno, por exemplo, o jornalista tem os telefones de porta-vozes do governo, gente ligada ao Banco Central, ministros e governadores.

Você vai construindo isso. Aqui está o meu caderno, que fiz ao longo de minha carreira. Para conseguir esses números é preciso circular muito e ganhar a confiança dos caras. Ontem, eu dei, na frente de todo mundo, a informação de que o presidente do Banco do Brasil ia sair. Hoje, saiu uma matéria no Globo. As fontes não vão passar isso para o cara da Internet. Quanto ao furo, eu faço o seguinte: coloco a notícia no Globo *online*. (Ancelmo Góis, 17/12/05).

Outra característica dos veículos informativos na Internet é a segmentação. Lá, é possível encontrar sites especializados em diversos assuntos, seja economia, política, variedades, esportes e entretenimento. Dentro de um assunto, por exemplo, foram criadas páginas cada vez mais específicas. O leitor fã de esportes tem à sua disposição sites sobre

todas as modalidades esportivas, das mais populares até as mais exóticas. Essa segmentação dificulta ainda mais a busca pela informação exclusiva.

Você tem a coluna de economia da Miriam Leitão, mas dentro de economia existem colunas que falam só de carne de frango, outras só de bicicleta. Daqui a pouco, a Miriam não vai conseguir mais dar furo de avicultura, nem de bicicleta, da mesma forma que fazia quando não tinha esses concorrentes. Naquela época, os colunistas só tinham o telefone, mas a concorrência era muito menor. O fato surge e quase que imediatamente deixa de ser um segredo. E para quem vive dessa exclusividade as coisas não estão mais fáceis. (Ricardo Boechat, 31/01/05).

O fenômeno das celebridades, a transferência da capital para Brasília, a degradação do Rio de Janeiro, o empobrecimento das famílias tradicionais cariocas e a Internet transformaram a coluna social de uma forma irreversível. Diante dessas mudanças, os colunistas buscaram a fórmula que acharam conveniente para manter o interesse do leitor nesse gênero jornalístico.

### 3.3 Panorama das colunas de *O Globo* e *Jornal do Brasil*

Como foi dito anteriormente no capítulo 2, a coluna social continua exercendo grande atração junto ao público. Somente em *O Globo*, são três colunas (fora as colunas de bairros), enquanto o *Jornal do Brasil* conta com cinco colunistas. No entanto, a leitura dessas oito colunas mostra que cada jornalista tem a sua temática de preferência e uma linguagem própria, tornando a sua coluna diferente das demais. A seguir, faremos uma breve análise das principais colunas da imprensa carioca.

#### 3.3.1- Ancelmo Gois (Editoria *Rio, O Globo*).

Ancelmo Gois pode ser considerado, hoje, um dos colunistas mais lidos em todo o Rio de Janeiro. Isso porque procurou fazer uma coluna que fugisse da narração de eventos da alta-sociedade e abordasse assuntos relevantes para o carioca.

São em média 14 notas sobre assuntos variados, incluindo política, economia, esporte, cultura e problemas urbanos e ecológicos da cidade, assuntos que recebem grande atenção por parte de Gois. Junto com o texto, costumam ser publicadas de três a quatro fotos, sendo a principal um flagrante de alguma irregularidade no Rio de Janeiro, feita pelos leitores.

A coluna traz, ainda, a seção *Zona Franca* com registros de eventos e *Ponto Final*, uma seção que traz uma nota engraçada ou reflexiva.

Outra característica marcante do colunista é a sua linguagem. A palavra saliente, por exemplo, é freqüentemente usada por ele. Gois relatou, inclusive, um episódio engraçado envolvendo o uso da palavra. Segundo ele, Marcos Villaça, membro da Academia Brasileira de Letras, fez um discurso e colocou nos anais da Academia a palavra saliência, citando o jornalista. Além de “saliência”, Gois também costuma usar expressões como “Na minha terra... deixa pra lá” e “Meu Deus...”. O tom usado por ele costuma ser bastante irreverente.

Abaixo, seguem alguns exemplos de notas:

#### Precisa de Reza

Sabe a história de que raio não cai duas vezes no mesmo lugar? Pois caiu três vezes no caso daquele psiquiatra William Berger, assaltado duas vezes num só dia em Santa Tereza, no Rio – lembra? Domingo, Berger saiu para comemorar o Dia das Mães e teve o carro emprestado pela seguradora arrombado. (*O Globo*, 10/05/05).

#### Surpresaaaa!

Rogério Onofre, aquele presidente do Detro, no Rio, que mandou pôr uns temporizadores nos banheiros para controlar os minutos gastos pelo pessoal para fazer, digamos, o número 2, saiu-se com outra. Proibiu o “parabéns para você”. Agora, só haverá uma festa para todos na última sexta-feira do mês, depois do expediente. Onofre diz que vai custear o bolo. Ah, bom! (*O Globo*, 09/05/05).

#### Cena Carioca

Ontem, por volta de 19h40m, uma menina fazia strip-tease em troca de notas miúdas para um turista sem-vergonha no Posto 2, no calçadão do Leme. Meu Deus... (*O Globo*, 19/02/05).

#### Eu também quero

A bancada tucana no Senado sugeriu dividir o próximo programa eleitoral do PSDB na TV com os “presidenciáveis” Geraldo Alckmin e Aécio Neves. Mas o pessoal do Serra chiou. Os três só pensam naquilo. (*O Globo*, 09/05/05).

### **3.3.2 Joaquim Ferreira dos Santos/ *Gente Boa* (Segundo Caderno, *O Globo*).**

Joaquim Ferreira dos Santos, o mais recente colunista social do jornal *O Globo*, tem uma proposta diferente: descobrir personagens interessantes na cidade do Rio de Janeiro, ao mesmo tempo em que fala sobre cultura e cidade.

A coluna tem em média de 7-12 notas, dependendo do destaque dado a um evento/ personagem especial. Festas com atores/cantores/modelos costumam ter um destaque maior, com fotos e descrição do que aconteceu (quem estava lá, quem chegou atrasado, quem disse o quê, se alguém cometeu alguma gafe e citações dos convidados).

Assim como outras colunas, *Gente Boa*, também possui um espaço para notas curtas e registros chamado *Curtinhas*.



O estilo desta coluna e a sua comparação com *Reportagem Social* de Ibrahim Sued serão tema do estudo de caso do próximo capítulo.

Abaixo, seguem alguns exemplos de notas:

O francês levou

Chico Buarque, um dos cinco finalistas, perdeu para o francês Frédéric Beigbeder o prêmio de melhor ficção estrangeira do jornal inglês “The Independent”. “Janelas do mundo”, o livro vencedor, chega às livrarias do Brasil na próxima semana. Beigbeder quase vinha junto. Sua editora, a Record, diz que ele foi barrado pela curadoria da Bienal do Livro. (*O Globo*, 06/05/05).

Por trás da fama

De olho na fama repentina dos BBBs já eliminados do programa, seis assessores de imprensa ofereceram seus préstimos para Paulo André e o médico Rogério. Dos cinco que não sobreviveram ao paredão, o padeiro Marcos é o único que acertou com sua nova babá. Já o goleiro Giuliano acaba de assinar contrato com a agência de modelos Mega, a mesma da “ladra de festas” Caroline Bittencourt. (*O Globo*, 19/02/05).

Alho e óleo

Quem anda invocado é o empresário Chico Recarey. Ele diz atender a pessoas dia sim outro também sobre uma suposta venda da sua Pizzaria Guanabara. “A Guanabara não vai sair do Leblon nunca”, garante. “Tenho quatro apartamentos naquele prédio e duas lojas, cujos aluguéis acabam de ser renovados por cinco anos”. (*O Globo*, 19/02/05).

### **3.3.3 Patrícia Kogut/ *Controle Remoto* (Segundo Caderno, *O Globo*).**

A coluna de Patrícia Kogut tem uma única temática: televisão. Apesar de não ser considerada uma coluna social, também tem uma abordagem diferente das colunas televisivas, sendo um ótimo exemplo para mostrar a importância dada aos artistas na atualidade.

São em média dez notas, todas sobre televisão e seus artistas, fotos, além de uma seção de notas (nota 0, nota 10) para quem se destacou e para quem fez feio na televisão brasileira. Nessa seção, a colunista utiliza uma maior liberdade de linguagem, usando termos mais coloquiais para fazer a análise dos programas.

Abaixo, seguem alguns exemplos de notas:

É meu!

Começou a guerra por elenco na Globo. Nos bastidores, o comentário é que Sílvio de Abreu inviabilizou a escalação para novas novelas, convocando galãs e mocinhas para “Belíssima”(O Globo, 05/05/05).

Oceanos

Dan Stulbach e Paulo Autran embarcaram para Portugal. Eles ficarão um mês em cartaz lá com “Visitando o Sr. Green”. Primeiro se apresentarão no Porto, depois, em Lisboa e no interior. (O Globo, 05/05/05).

Escritor

No ar em “América” como Júnior, Bruno Gagliasso está escrevendo um livro. “Atitude amor” é, digamos, uma compilação de pensatas do ator, um interessado em filosofia e psicologia. (O Globo, 10/05/05).

### 3.3.4 Scarlet Moon (*Globo Zona Sul*, *Jornal O Globo*).

A seção de bairros de *O Globo* conta com quatro colunas: na Zona Sul, Barra, Zona Norte e Niterói. Scarlet Moon, responsável pela coluna *Abalo*, publicada às quintas-feiras no caderno *Globo Zona Sul*, fala de assuntos ligados a essa região em aproximadamente 10 notas e duas fotos. Os assuntos tratados englobam festas, mostras de arte, fofocas e registros.

Abaixo, seguem alguns exemplos de notas:

Pedra

A praziolita é a nova e intensa paixão do joalheiro Lisht Marinho. Ele tem criado muitas peças com esta ametista roxa que se transforma em verde depois que a gema é aquecida numa alta temperatura de 500 graus. (O Globo, 09/06/05).

Oficina

Como em abril o curso foi um sucesso, o ator e diretor italiano Ivan Tanteri vai repetir a dose. Sempre com tradução de Marilena Bibas, de 8 a 17 de julho, Ivan volta ao Artecênicas Idéias e Soluções, na

Rua Marquês de Olinda, em Botafogo, para mais oficinas “Ator e voz em ação”. (*O Globo*, 09/06/05).

#### Aniversário

A cantora Renata Arruda festeja dez anos de carreira com o show “Por elas e outras”. Com apresentações de quinta a sábado próximos no Vinicius Bar, em Ipanema, ela vai soltar a voz em músicas de Lenine, Sandra de Sá e Luiz Gonzaga. Tudo será registrado em CD e DVD para lançamento no segundo semestre deste 2005. (*O Globo*, 09/06/05).

### 3.3.5 J.A.Gueiros (*Globo Barra, Jornal O Globo*).

A coluna de J. Gueiros também é publicada, semanalmente (aos domingos) e trata de assuntos relacionados à Barra da Tijuca e bairros próximos. Obras da prefeitura, reuniões de associações de moradores e eventos são os temas abordados. A coluna traz em média oito notas, duas fotos e uma seção chamada *Pela Orla*, com registros.

Além das notas factuais, o colunista costuma manifestar sua opinião sobre o assunto tratado, fazendo algum comentário ao fim das notas.

Abaixo, seguem alguns exemplos de notas:

#### Espanto

Os índices das pesquisas da candidatura de Anthony Garotinho à Presidência da República continuam a crescer. Um conhecido cientista político da Barra avança a tese de que em breve todos os partidos políticos venham a apoiar a reeleição de Lula para barrar o avanço do marido de Dona Rosinha. Vige! (*O Globo*, 12/06/05).

#### Trotes

O 31º Batalhão da Polícia Militar recebeu, em maio, 190 chamados, sendo 20% das ligações simples trotes de garotões desocupados fazendo brincadeiras de fim de semana. (*O Globo*, 12/06/05).

#### Mais um

A bela Xuxa comprou um duplex em São Conrado, no número 990 da Estrada da Gávea, para a sua filha, Sasha, poder descansar na cobertura quando vem da escola. É mais perto de casa. Gente fina é outra coisa. (*O Globo*, 12/06/05).

### 3.3.6 Marcelo de Mello (*Globo Zona Norte, O Globo*).

O caderno de bairro da Zona Norte também possui uma coluna destinada a assuntos relevantes deste local, publicada todos os domingos. Ao contrário das colunas focadas em eventos de artistas e socialites, a coluna de Marcelo de Mello costuma ter em média 15 notas, sobre problemas e conquistas dos bairros que englobam a Zona Norte carioca.

Abaixo, seguem alguns exemplos de notas:

#### Rua de lazer

A subprefeitura do Grande Méier começou semana passada a oferecer aulas de skate e tai-chi-chuan na Dias da Cruz aos domingos, em parceria com instituições do bairro. Dependendo da procura do público, as atividades passarão a integrar a programação fica da rua de lazer. (*O Globo*, 12/06/05).

#### Norte Bebê

A Praça Santa Emiliania, no IAPI da Penha, vai ganhar ainda este ano um Norte Bebê, com fraldário, brinquedos, mesas e escorrega para mães e seus filhos. O espaço será semelhante ao que já existe na Rua Paratinga, em Vista Alegre, inspirado no Baixo Bebê do Leblon. (*O Globo*, 12/06/05).

#### Necessidade especial

Moradores do Engenho de Dentro pedem um abrigo de ônibus com banco na Rua Ramiro Magalhães para pacientes do hospital psiquiátrico do bairro, que são obrigados a esperar a condução em pé, algumas vezes sob efeito de medicamentos. (*O Globo*, 12/06/05)

### 3.3.7 Gilson Monteiro (*Globo Niterói, O Globo*).

A cidade de Niterói, que recebe o suplemento *Globo Niterói*, também possui um colunista. Trata-se de Gilson Monteiro, cuja coluna, a exemplo das outras editorias de “bairro”, é focada em temas relevantes para os moradores locais, sendo publicada aos domingos. Este tipo de coluna, diferente das tradicionais colunas sociais, tem como objetivo denunciar as irregularidades, contar alguma conquista e falar de moradores célebres dos locais. No caso da coluna de Niterói, são publicadas de 15 a 20 notas.

Abaixo, seguem alguns exemplos de notas:

#### Cama e café em Niterói no Pan

Para alojar parte dos 1,4 milhão de turistas que virão para o Pan-2007, Niterói foi incluída no sistema de hospedagem *bed and breakfast*, montado pelo vice-prefeito carioca Octavio Leite, um dos coordenadores do evento. Além de hotéis e aparts, podem se inscrever donos de casas e apartamentos na cidade. As duas prefeituras vão assinar também um convênio para a criação de um circuito turístico na Baía de Guanabara. (*O Globo*, 12/06/05).

#### Cartão florido

Uma empresa de paisagismo vai florir o Campo de São Bento, revitalizando o cartão-postal da cidade. E a prefeitura vai reordenar a feirinha dos fins de semana, porque muitas barracas fugiram do objetivo inicial de vender artesanato. (*O Globo*, 12/06/05).

#### Bonde cultural

A velha garagem de bondes na Marquês do Paraná vai virar um centro cultural. O grupo Pão de Açúcar garantiu ao prefeito Godofredo Pinto que faz a obra em cinco meses, a partir de janeiro, ao mesmo tempo em que instala um supermercado no terreno ao lado. (*O Globo*, 12/06/05).

### 3.3.8 Ricardo Boechat (Editoria *Brasil*, *Jornal do Brasil*).

Um dos mais experientes colunistas da atualidade, Ricardo Boechat faz uma coluna mais informativa que opinativa. Entre os temas abordados estão política, economia, cidade e cultura.

A quantidade de notas varia entre 10 e 15 e os eventos da sociedade se restringem a poucas fotos. A coluna possui uma seção chamada de *Lance Livre*, onde são feitos pequenos registros.

Quanto à linguagem, o próprio Boechat reconhece que faz uma coluna mais factual, não se preocupando com o estilo das notas. Por se tratar de uma temática política e econômica, a tom da coluna é sério, sem uso da linguagem coloquial.

Abaixo, seguem alguns exemplos de notas:

#### Doce Petróleo

Sorte têm os empregados da Petrobrás. Graças a acordo fechado ontem entre a estatal e Federação Única dos Petroleiros, eles receberão a maior participação nos lucros da história da empresa. Cada funcionário receberá um cheque extra de R\$ 14 mil - para os de menor salário - e R\$ 34 mil. (*Jornal do Brasil*, 14/05/05).

#### Bicho-papão

Começa segunda-feira uma das maiores operações logísticas do Governo Lula. O Ministério do Desenvolvimento Social vai distribuir 17 milhões de gibis a alunos de 140 mil escolas do ensino básico em todo o país. Usando personagens de Monteiro Lobato - a família do escritor cedeu os direitos - as revistas vão falar de obesidade e alimentação saudável. Na historinha de estréia, Cuca vai emagrecer. (*Jornal do Brasil*, 14/05/05).

#### Altos e baixos

Anteontem, antes da exibição do dançarino francês Jerome Bell no Rio, a coreógrafa Lia Rodrigues solicitou palmas para o Festival Dança Brasil, extinto da programação do CCBB deste ano. E vaias para o secretário das Culturas do Rio, Ricardo Macieira. O público que lotava o Teatro Maison de France atendeu calorosamente os pedidos. (*Jornal do Brasil*, 18/02/05).

### **3.3.9 Hildegard Angel (Editoria *Rio/ Caderno H, Jornal do Brasil*).**

A coluna de Hildegard Angel pode ser considerada a mais “social” da imprensa carioca. Apesar de tratar de assuntos variados, a colunista dá destaque para as festas e notícias do *high-society*. Além da coluna na editoria Rio, Hildegard é editora do caderno H, suplemento dominical, com matérias de comportamento e estilo, um ranking das socialites/celebridades que mais apareceram na mídia durante a semana, uma coluna social de página dupla e o *Gay Society*, uma outra coluna, destinada ao público gay.

Uma das características de maior destaque na página assinada por ela é a diagramação. A colunista procura inovar constantemente, diversificando no uso de fotos e textos. Outra diferencial de sua coluna é o estilo de escrita. Ao contrário de outros colunistas, Hilde escreve com texto mais corrido, sem uma divisão espacial das notas, com exceção dos pequenos registros que ficam separados na seção *Borbulhantes*.

Quanto à linguagem, a jornalista costuma utilizar termos estrangeiros e, por vezes, faz uso da primeira pessoa. Palavras e expressões como “bomba!bomba!”, “é isso queridinhos”, “Hildezinha vai contar tudinho...”, “weekend” e “happy few” também costumam ser utilizadas.

Abaixo, seguem exemplos de notas:

#### Casamento de reis na sede da República

A recepção era para 600, mas a expectativa criada em torno do casamento de Ilca Oliveira e Eduardo Lira ganhou tal dimensão, que não houve como evitar que esse número praticamente quintuplicasse, ultrapassando 2.500 convidados. Era tanta gente que Angélique Chartouny, que fora encontrar seu amigo Zéka Marquez, *metteur en scène* do belíssimo casamento- espetáculo, circulou na festa, deslumbrou-se com tudo e não encontrou seu *escort*! O *sim* foi celebrado na Catedral de Brasília, também decorada pelo Zéka. Ilca casou-se num modelito de longo curso, que viajou de Paris até Brasília para vesti-la com luxo e modernidade. No avesso estava lá a etiqueta: Lou de la Falaise. A estilista gentilmente mandou seu chefe do *atelier* de costura, Hervé Antoine-Mayer, para vestir a noiva, levando em mãos ainda um lindo presente: um coração vermelho de cristal Svarovski. Ela, filha de Cleocy (vestida por Galliano) e Luís Estevão de Oliveira Neto. Ele, filho de Gitana (num longo azul de Júnior) e Raimundo Lira. O *top* social da Capital. O celebrante foi o arcebispo emérito de Brasília, dom Freire Falcão. O motorista que levou Ilca à igreja foi o senhor Vasconcelos, que a conduzia à escola. E o maestro na igreja foi o

próprio Silvio Barbato do Theatro Municipal do Rio. Luxo é isso, queridinhos... (*Jornal do Brasil*, 15/05/05)

Henriqueta Gomes recebe 150 mulheres, dia 22, para coquetel em seu ap, em torno de Eliana Pena e Tânia Mortari, domas da loja Lita Mortari, de Sampa, que abrem agora filial na Aníbal de Mendonça. Bufê de Gustavo Carvalho e passagem de roupas para dar uma amostra do que é moda da Lita... (*Jornal do Brasil*, 18/02/05)

Bomba! Bomba!

A entrega do Oscar volta a ser transmitida pela TV Globo. Aos 45 minutos do segundo tempo, a Globo comprou os direitos de transmissão do Oscar, que era exibido pelo SBT. A emissora festejou com champanhe o resultado da negociação. O ator-cinéfilo José Wilker já foi convocado para apresentar o programa, que será transmitido domingo. Durante todo o dia serão exibidos flashes direto de Los Angeles, com entrevistas com os principais indicados. (*Jornal do Brasil*, 18/02/05)

### **3.3.10 Márcia Peltier (*Caderno B, Jornal do Brasil*)**

Ex-âncora de telejornais, Márcia Peltier é uma das mais novas colunistas sociais da atualidade. No espaço, antes ocupado por Danuza Leão, Márcia fez um colunismo de variedades, sem deixar de lado as notas e fotos sociais.

Ao todo, são aproximadamente 12 notas e fotos de eventos como coquetéis, jantares, recepções, inaugurações de exposições e lojas. A coluna traz ainda uma nota bem-humorada dentro de um box colorido e a seção de registros *Livre Acesso*. Outro diferencial de sua coluna é o uso de citações. A jornalista costuma escolher dois pensamentos de pessoas famosas para abrir a coluna.

Em abril deste ano, ela criou um espaço chamado *Fórum Peltier*, onde pretende interagir com os leitores.

Em relação à linguagem utilizada, a colunista mescla uma linguagem formal com termos coloquiais, quando o assunto permite. Os termos “lindinha” e “guapo”, por exemplo, são freqüentemente utilizados para se referirem a pessoas bonitas em legendas de eventos.

Abaixo, seguem exemplos de notas:

Dia de Trabalho

O secretário geral da Fifa, Urs Linsi, e o presidente da CBF, Ricardo Teixeira, depois de um dia inteiro na praia de Copa, na



final do Mundial de Futebol de Areia, vão visitar, ainda hoje, a Aldeia Infantil em Pedra Bonita, no Rio. O secretário, além de aumentar a divulgação da campanha beneficente lançada pela Fifa, vai oficializar o jogador do Lyon, Juninho Pernambucano, como Embaixador da Aldeia Infantil SOS de Pernambuco. (*Jornal do Brasil*, 15/05/05)

#### Causa Boa

Há 20 anos mobilizando 85 países, o Memorial das Velas Acesas, movimento global de combate a AIDS, chega a sua terceira edição nacional, hoje, em plena Feira de São Cristóvão. Parceria da ONG Transformarte e do grupo Com Vida, o evento oferece palestras com profissionais de saúde. Adolescentes da Rocinha apresentam trabalhos artísticos sobre doenças sexualmente transmissíveis. (*Jornal do Brasil*, 15/05/05)

#### Brinde especial

Florinda Bolkan passou seu níver, na última segunda, na residência oficial em Villa do Bairro de Bracciano, em Roma, Trabalhando no roteiro de *Khansim*, seu próximo filme como diretora, ela brindou a data com um pequeno grupo e champanhe Cristal Special, que custa US\$ 2 mil, a garrafa, levado pela princesa Anna Chigi della Rovere. (*Jornal do Brasil*, 18/02/05)

### 3.3.11 Heloísa Tolipan/ *Gente* (*Caderno B, Jornal do Brasil*)

A coluna de Heloísa Tolipan não destaca fatos e sim pessoas, como se pode notar pelo nome *Gente*. A jornalista fala sobre o mundo do entretenimento: cinema, televisão, música e moda. A quantidade de notas é menor (em torno de 6), porém com texto mais longo. As fotos costumam ser de desfiles de moda e eventos, diagramadas de forma diferenciada. Fotos recortadas e colagem são recursos utilizados.

Quanto à linguagem, uma das características de colunista é usar o símbolo matemático de soma (+), ao invés de vírgulas, como mostra o exemplo a seguir. Além disso, o nome dos personagens presentes nas notas é sempre destacado com negrito.

Abaixo, seguem exemplos de notas:

#### Reinações de Cicarelli

Todo mundo sabe que Daniella Cicarelli veio passar o feriado no Rio. Foi à praia, correu na orla do Leblon... Mas o que ninguém

sabe é que alguma coisa está rolando entre ela e Davi Moraes. Nem que seja uma nova amizade. A noite começou na Capricciosa. Daniella, de calça jeans e camisetinha cor de chá + sua assessora Camila Lamoglia + Guilhermina Guinle + Mariana Kupfer + Alexia Dechamps dividiam uma mesa na pizzaria carioca. Em seguida, chegaram Preta Gil + Ian Costa + Davi Moraes + o DJ Zé Pedro, que se agregaram à mesa. Daniella não se intimidava com as brincadeiras que rolavam sobre o seu casamento relâmpago e morria de rir. Parece que tudo já foi superado. Quando o assunto chegou aos tais US\$ 14 milhões, que ela teria recebido na separação, Daniella se irritou. “É um absurdo essa história. É claro que não ganhei dinheiro algum. Não sou maluca”, comentou. (*Jornal do Brasil*, 28/05/2005)

#### Entra e sai

A apresentadora Fernanda Lima gravou sua última participação à frente do quadro *Video Game*, do *Video Show*, na TV Globo, na sexta-feira, em clima de nostalgia. Rolou até um chorinho, típico das despedidas. Angélica volta ao posto oficial e Fernanda aguarda os próximos capítulos. "Dever cumprido. Foi uma temporada bem marcante na minha vida e aproveitei da melhor maneira possível", disse a bela. Mas, para quem é fã da guria, ela está no ar na MTV, sua antiga emissora, no programa *D-Tour*, no qual ela viaja pela Ásia, ao lado de cinco garotas do mundo todo, enfrentando os desafios propostos. "Eu não voltei para a MTV, assim como não saí da Globo. O que vai acontecer daqui para a frente eu não sei, mas prometo contar assim que souber", finalizou. (*Jornal do Brasil*, 15/05/05)

#### Convite

Fafá de Belém pode se considerar uma cidadã portuguesa, já que foi convidada para cantar no projeto *Concertos Íntimos*, no Açores, palco exclusivo de cantores portugueses. Nomes consagrados da terrinha, como Rui Veloso, Jorge Palma, Luís Represas e Madredeus, já passaram por lá, acompanhados, somente de piano e guitarra, característica do evento. Fafá, que é detentora do título de Comendadora da Cruz do Mérito do Descobrimento do Brasil, honraria que recebeu em Portugal, vai ser regida pela batuta do maestro João Rebouças, no Teatro Micaelense, em Ponta Delgada. (*Jornal do Brasil*, 15/05/05)

### **3.3.12 Anna Ramalho (*JB Barra*, *Jornal do Brasil*)**

A coluna *Ui!*, que Anna Ramalho assina no suplemento *Barra* do *Jornal do Brasil*, é publicada quatro vezes na semana e tem como objetivo falar de assuntos relevantes para os

moradores da região. Mesmo sendo uma coluna dentro do jornal de bairro, a jornalista procura abordar assuntos diversos, criando sempre que possível um vínculo com a Barra. Dessa forma, os eventos da Zona Sul não ficam de fora e ganham destaque sempre que algum célebre morador comparece.

Em geral, a coluna conta com 10 notas, sendo uma no alto da página com maior destaque, e fotos de eventos.

Em relação à linguagem, uma das características mais fortes da colunista é o uso do humor em suas notas. Além de brincadeiras, uso de expressões estrangeiras, Anna costumava usar termos como “nham-nham”, “né, não?”, “bonitona” e “bonitão”.

Abaixo, seguem exemplos de notas:

#### Na crista da onda

Morador da Barra da Tijuca, o gato-judoca Flávio Canto, medalha de bronze nas Olimpíadas de Atenas, vai ser modelo da grife masculina Mandi. Ele embarcou nesse fim de semana para o Havaí, onde serão feitas as fotos. Mas nada de poses na areia: Flávio, que também manda bem no surfe, será fotografado em manobras sobre as enormes (e perigosas) ondas havaianas. (*Jornal do Brasil*, 03/02/05)

#### Que luxo!

Já se foi o tempo em que a música brasileira exportava apenas samba e bossa nova. A moda da vez podem crer, é o nosso pop! O cantor Seu Jorge, cujo recente show no Midem provocou suspiros nas jornalistas francesas que cobriram o evento, também anda chamando a atenção no Oriente: é destaque na edição de fevereiro da revista ADLIB, a Billboard japonesa. (*Jornal do Brasil*, 03/02/05)

#### Noite Rosa

A Villa Riso lotou de gente chiquíssima para a festa de 40 anos de uma das mais bonitas moradoras da Barra: Maria Ignez de Campos Mello, a Mimo, que recebia – em modelito cinza claro – ao lado do marido, José Octavio, e dos filhos Maria Anthonia e José Pedro. Festão elegante e animadíssimo, bufê farto e gostoso, música que botou todo mundo para dançar. Presença maciça de todos os amigos – vindos também de Sampa e Curitiba, além da grande família de Mimo, os Pacheco Britto. O decorador Daniel Cruz brilhou: arranjos de rosas e gérbas cor de rosa, com discretas velas, um must em matéria de delicadeza e beleza. (*Jornal do Brasil*, 21/12/04)

Como se pode ver pelos exemplos acima, cada colunista procura seguir um estilo próprio, seja em termos de linguagem e vocabulário, quanto em relação à temática. Algumas colunas procuram manter o glamour de antigamente, enquanto outras tentam se adaptar às mudanças sociais. A seguir, será feito um estudo de caso comparativo entre as colunas de Ibrahim Sued, representando o auge do colunismo social, e de Joaquim Ferreira dos Santos, que buscou criar um novo modelo de colunismo, que represente a nova imagem da sociedade contemporânea.

#### PARTE IV- ESTUDO DE CASO: COLUNAS DE IBRAHIM SUED E JOAQUIM FERREIRA DOS SANTOS

Para uma melhor compreensão das diferenças entre as colunas sociais da década de 1950, e as atuais, será realizada uma análise comparativa entre as colunas de Ibrahim Sued e Joaquim Ferreira dos Santos. A escolha dos dois colunistas de *O Globo* foi proposital: enquanto o primeiro foi ícone do colunismo social, numa época em que o Rio de Janeiro refletia o glamour dos grandes eventos da alta-sociedade carioca, o segundo procura escrever uma coluna atual, com personagens de variados níveis sociais e cobertura diferenciada de eventos.

Para Isabel Sued, filha de Ibrahim e colunista da revista *Flash*, o novo modelo proposto por Joaquim segue os mesmos moldes da coluna do pai, porém adaptado aos dias de hoje.

A coluna de Ibrahim atingiu a classe média, conseguiu contar de forma simples os bastidores do poder. Inventou palavras, usou jargões e tornou original o modo de se comunicar com o público leitor. Hoje, a mídia mudou, os meios de comunicação se modernizaram e toda a informação ficou instantânea através da internet. O glamour que existia nos anos 50 não existe mais, tudo cresceu e a imprensa hoje é acessível a todos. O Joaquim Ferreira

dos Santos, que fala mais de cultura e cidade, está tentando mudar e descobrir um novo formato de colunismo. Ele abrange mais o universo de pessoas que publica. Vai desde o pipoqueiro da esquina, o funkeiro até o personagem da alta sociedade ou da política. (Isabel Sued, 01/04/05)

De fato, a coluna *Gente-boa*, como sugere o nome, busca descobrir novos personagens do cotidiano do carioca. A coluna traz, normalmente, duas fotos desses personagens, além de notas diversas sobre cultura, entretenimento, lazer e cidade. Ao contrário das outras colunas, as fotos publicadas em *Gente-Boa*, costumam ser inovadoras, em cenários e poses diferenciadas, contrastando com o velho modelo de foto para coluna: as fotos posadas feitas em eventos.

Quanto às festas, Joaquim também tem uma forma diferente de narrá-las. Em ocasião de algum evento importante, o colunista dedica todo o espaço da coluna a pequenos textos narrativos – dando ênfase a situações inusitadas ou engraçadas. Quanto às fotos, procura-se sempre o flagrante de algum momento marcante. Para realizar esta análise foram escolhidas três colunas dos dias 01/04/2005 (Anexo 1), 15/04/2005 (Anexo 2) e 11/05/2005 (Anexo 3).

A coluna do dia 01/04/2005, por exemplo, ilustra muito bem a questão do culto a celebridades, da fama instantânea, tão presente na sociedade contemporânea. Mais de dois terços da página foram dedicados à cobertura de uma festa em homenagem ao professor Jean Wyllys, vencedor da quinta-edição do *Big Brother Brasil*, na boate Le Boy, conhecida como um dos pontos GLS mais badalados da cidade.

Para o leitor contemporâneo, a coluna pode não chamar atenção, mas para quem já teve algum contato com as colunas de Ibrahim Sued, fica a pergunta: os participantes do programa *Big Brother* teriam algum espaço em *Reportagem Social*? Provavelmente não, dado o caráter elitista das colunas do passado e pela mudança no conceito de celebridade. Se no passado, socialites, diplomatas, políticos e artistas estrangeiros eram exemplos de celebridades, ícones de elegância, atualmente, artistas e modelos são o novo alvo da mídia. Além deles, pessoas sem qualquer talento especial também são elevadas à condição de celebridades e conseguem conquistar a fama, ainda que momentânea.

Ao todo, a cobertura do evento contou com seis fotos, nenhuma delas posada. Ao invés das tradicionais notinhas, cada uma com um título próprio, a narração da festa foi feita em sete tópicos, com citações e situações diferentes. Em nenhum momento, Joaquim descreveu quem vestia o quê ou falou sobre as bebidas e o bufê da festa, como Ibrahim costumava fazer. O objetivo deste tipo de descrição é mostrar ao público situações diferentes, que, em princípio, podem passar despercebidas, mas que fazem com que o leitor se sinta participante do acontecimento, sabendo, inclusive, das brigas, intrigas e confusões.

Nesta mesma coluna, foram publicadas outras oito notas, sobre assuntos diversos. Vale lembrar que os nomes das pessoas é destacado em negrito. Nesse sentido, é fácil observar que nenhum dos nomes grifados pertence à alta-sociedade carioca (Renata Saboya, Zeca Pagodinho, Junio Barreto, Marcelo Crivela, Emerson, Ronaldo e César Maia foram os citados nesta edição).

Já no dia 15/04/05, o destaque não ficou por conta de nenhum evento social. As fotos e textos ilustravam a aplicação de 14 piercings na modelo Ana Luiza Cavalcanti. A idéia era criar um corpete metálico, que foi assunto de um ensaio fotográfico.

Novamente, seria pouco provável que essas fotos e notas fossem publicadas em *Reportagem Social*, de Ibrahim Sued. A modelo em questão não era nenhuma *top-model* renomada e a aplicação de diversos *piercings*, ainda que popular entre o público adolescente, não é uma prática comum entre os chamados “colunáveis”. Do restante das 16 notas, nenhum sobrenome de família tradicional carioca.

No dia 11/05/2005, foram publicadas apenas três fotos. A foto de maior destaque foi dedicada ao chef sergipano Antônio Bispo dos Santos, do restaurante Penafiel, no Centro da cidade. No texto legenda, o leitor descobre que Antônio não é formado pelo Cordon Bleu francês e que suas especialidades não fazem parte dos menus requintados da gastronomia carioca. Autodidata, o chef é especialista em dobradinha e frango com quiabo.

O outro personagem da coluna deste dia foi a editora Isa Pessoa, que participou da Bienal do Livro. Vale ressaltar que ambas as fotos do cozinheiro e da editora não são fotos, como as das colunas de antigamente. Tanto ele, como ela posaram, sem olhar para a câmera, em um ambiente que lembre sua atividade profissional (no caso do cozinheiro, na cozinha do restaurante e no caso dela, apoiada em uma pilha de livros).

Essa questão dos personagens, explorada pela coluna *Gente Boa*, é uma novidade dentro do colunismo social. Estes indivíduos têm alguma história para contar, mas não necessariamente possuem sobrenome tradicional ou freqüentam os eventos luxuosos da cidade.

A linguagem da coluna é leve e descontraída, sem termos estrangeiros (como muitos colunistas sociais costumam utilizar).

Quanto à diagramação, não há um molde fixo. Cada dia, os personagens e eventos são organizados de forma diferente, ilustrando bem o novo colunismo dos dias de hoje.

Para ilustrar de forma clara as mudanças do colunismo, serão analisadas a seguir três colunas de Ibrahim Sued, dos dias 03/12/1954 (Anexo 4), 19/06/1976 (Anexo 5) e 24/01/1981 (Anexo 6).

De início, é possível observar que nas três colunas as fotos foram todas feitas em eventos e ilustram pessoas importantes do Café-Society, da época. No dia 3 de dezembro de 1954, por exemplo, há apenas uma foto em toda a coluna (da recente visita da Condessa de Paris ao Rio) e oito notas. O maior destaque ficou por conta do jantar promovido pela diretoria do Country Club para festejar os oitenta anos de Sir Winston Churchill.

Em outra nota, Ibrahim Sued fala da lista dos dez homens mais elegantes do Brasil. Segundo o colunista, os homens mais elegantes do Brasil em 1953 foram: “os Srs.: Ministro Oswaldo Aranha, Embaixador Francisco Negrão de Lima, Octavio Guinle, Paulo de Oliveira Sampaio, Príncipe de Orleans e Bragança, Coronel Gilberto Marinho, Carlos Eduardo de Souza Campos, Murilo Moreira, Antonio Borges Castelo Branco e Aloysio Salles”. Coincidência ou não, a maioria dos nomes têm algum cargo militar/diplomático/aristocrático ou sobrenomes tradicionais.

Curiosamente, os rankings divulgados pela imprensa, hoje, nada têm em comum com essas listas feitas por Ibrahim. Atualmente, é comum a existência de listas dos mais bonitos (em quem entram modelos e artistas da Rede Globo), dos mais bem pagos, etc. Políticos e diplomatas não mais possuem o encanto de antigamente, quando eram considerados sinônimos de elegância e cultura.

Já no dia 19 de junho de 1976, o destaque principal foi dado ao casamento da brasileira Sílvia Sommerlath com o rei da Suécia. Novamente, podemos observar a

importância dada, naquela época, à realeza européia. Atualmente, são poucas às vezes em que encontramos sobrenomes como Orleans e Bragança nas colunas cariocas. Nas colunas que procuram um enfoque mais moderno, então, a nova realeza é composta dos artistas e celebridades da moda.

Ainda na edição deste dia, foram publicadas apenas duas fotos: ambas feitas em Paris. Como se pode notar, naquele período a Europa (seus modismos e vocabulário) estava muito presente(s) nas colunas brasileiras e era(m) associados(da) à elegância. Atualmente, as tendências e expressões norte-americanas disputam com as européias espaço na imprensa. Exemplo disso são as expressões em inglês que ganham espaço nos jornais e fora deles (nos shoppings, lojas, condomínios, etc.).

Finalmente, a edição do dia 24 de janeiro de 1981, as notas tratam do jantar “only for men” que Mariano Raggio ofereceu a Sérgio Varsano, da “big party” de Roberto Soares Chamma em seu “ap” na Lagoa e da comemoração que Ariosto Amado, que reuniu amigos “en petit-comité”.(Esta frase final está esquisita – e da comemoração na qual Ariosto reuniu...)

Como se pode ver, *Reportagem Social* e *Gente-boa* representam estilos e mentalidades muito diferentes da sociedade carioca. A valorização do luxo, das árvores genealógicas e dos sobrenomes foi, gradativamente, sendo substituída por outros valores, tais quais a celebridade (instantânea ou não), a cultura de massa, a moda dos artistas americanos.

Os critérios para aparecer nas colunas também mudaram. Se nas colunas de Ibrahim Sued, o *gente-bem* predominava, na coluna e Joaquim Ferreira dos Santos o sobrenome não basta para garantir um registro.

Como foi mostrado nos exemplos acima, as colunas de ambos jornalistas são emblemáticas para mostrar as mudanças pelas quais o colunismo passou nos últimos anos, seja na temática, linguagem e formato.



## Conclusão

O colunismo social, apesar de um importante gênero jornalístico da imprensa carioca, ainda é muito pouco discutido no meio acadêmico. A pesquisa realizada para produzir este trabalho mostrou que são pouquíssimos os livros e trabalhos publicados sobre o assunto. Se por um lado o tema parece não receber a devida atenção, por outro, as colunas continuam sendo seções riquíssimas para o leitor e espaços de destaque nos grandes jornais: é através delas que muitas vezes se descobre algum furo de reportagem, a linguagem utilizada costuma ser mais leve e agradável, a leitura das colunas nos permite penetrar em um círculo de fama e poder onde, normalmente, não poderíamos entrar no mundo real. Além disso, as colunas são um espelho da sociedade, seus hábitos e pensamentos. A análise das colunas que fizeram sucesso nos anos de 1950 – como as de Ibrahim Sued, por exemplo- nos mostram que valores foram mantidos pela sociedade atual e quais ficaram ultrapassados.

A pesquisa sobre o trabalho de colunistas como Jacinto de Thormes e Ibrahim Sued, precursores do chamado colunismo de variedades se revelou extremamente importante para a compreensão do novo formato, consolidado por Zózimo Barroso do Amaral e Ricardo Boechat. A adição de mais conteúdo às colunas puramente sociais, deu novo fôlego ao gênero e criou um modelo único no jornalismo carioca. Já Hildegard Angel, pupila da colunista Nina Chavs, buscou uma fórmula que mantivesse o glamour do passado e, ao mesmo tempo, retratasse às mudanças sociais da atualidade. Nesse sentido, Hilde foi uma das primeiras a perceber a ascensão de famílias oriundas dos subúrbios cariocas, os chamados emergentes. A coluna *Gay Society*, a primeira dedicada ao público GLS, editada por ela, no *Caderno H*, do *Jornal do Brasil* é outro exemplo da adaptação aos novos valores da sociedade atual.

As transformações pelas quais o Rio de Janeiro passou, a mudança da capital para Brasília, o declínio de famílias tradicionais cariocas, a mudança no conceito de celebridade e a chegada da internet também são questões essenciais para entender o novo formato do colunismo carioca, que teve origem nas glamourosas colunas do passado. Neste novo modelo, o termo “social” torna-se questionável para alguns jornalistas que defendem o chamado “colunismo de variedades”, que trata de assuntos variados (política, economia,

cidade, cultura, esportes, festas e eventos). Da união dessas pílulas noticiosas exclusivas é produzido um noticiário completo, um mini-jornal dentro do jornal, que pauta, inclusive, as outras editorias. Nesse sentido, vale lembrar que a busca pelo furo, função que foi peculiar ao jornalismo impresso, antes do aparecimento do rádio e da televisão, também é uma marca das colunas sociais. Através da construção de uma agenda telefônica completa com fontes confiáveis, é possível descobrir as informações exclusivas do alto escalão do poder, seja um escândalo político, uma demissão estratégica do governo ou o novo romance de uma celebridade.

Outro fator que precisa ser levado em conta para a melhor compreensão do colunismo contemporâneo é a chegada da internet, que provocou inúmeras mudanças nas redações e, como não poderia deixar de ser, afeta diretamente o funcionamento das colunas. Isto porque o veículo impresso não tem como competir com a velocidade da internet. A enorme quantidade de páginas disponíveis na rede, muitas delas de informação segmentada, faz com que as notícias percam sua exclusividade quase que instantaneamente. Por este motivo, os colunistas tentam tirar o máximo de proveito deste novo instrumento, se aproximando dos leitores e criando espaços de diálogo e integração. Ancelmo Gois, de *O Globo*, por exemplo, utiliza a internet como um canal de comunicação entre a coluna e o leitor e além de receber notas, criou um espaço de fotos amadoras, enviadas por e-mail. No *Jornal do Brasil*, o mesmo pode ser notado na seção *Fórum Peltier*, da coluna Márcia Peltier, onde os leitores enviam e-mails relatando acontecimentos da cidade.

O exemplo acima da coluna de Gois ilustra bem a questão da singularidade das colunas. A análise de todos os colunistas de *O Globo* e *Jornal do Brasil* permitiu observar o estilo de cada um, a temática preferencial, o uso das fotos e do vocabulário. É interessante observar que o modelo de coluna, calcado em eventos da alta-sociedade, não mais existe em *O Globo*, sobrevivendo apenas no *Jornal do Brasil* (principalmente na coluna de Hildegard Angel).

Outra tendência observada a partir da análise das colunas desses jornais, é o surgimento de colunas de bairros/ locais. Tanto *O Globo*, quanto o *Jornal do Brasil*, apresentam seções voltadas para assuntos de determinadas regiões da cidade. Enquanto o primeiro conta com quatro colunas semanais (Scarlet Moon- Zona Sul; J.A. Gueiros- Barra; Marcelo de Mattos- Zona Norte e Gilson Monteiro- Niterói), o *Jornal do Brasil* apostou em

uma coluna, voltada para a Barra da Tijuca (um dos bairros de maior crescimento no Rio), publicada quatro vezes na semana: *Ui!* de Anna Ramalho. Além de temas relevantes para os moradores deste local (obras, problemas relacionados à violência, novos empreendimentos, festas e eventos), a colunista costuma tratar de outras notícias, que possam interessar a qualquer leitor.

Em relação ao futuro do colunismo, todos os entrevistados foram unânimes em afirmar que o modelo do passado, focado em eventos do *Café Society*, está ultrapassado. Muitos, inclusive, questionam o termo colunismo social. A busca de um novo formato, como o criado por Joaquim Ferreira dos Santos, uma espécie de crônica da cidade e seus personagens, constitui um exemplo emblemático das mudanças na mentalidade nos valores da sociedade.

Mesmo tendo procurado reunir informações dispersas e trazer material novo para a discussão, acredito que o tema não se esgota nessas páginas. Durante a elaboração do projeto, algumas questões foram priorizadas e outras deixadas de lado, não porque fossem menos importantes. O colunismo de bairros, colunas na internet e o colunismo das demais regiões do Brasil e do mundo são apenas algumas idéias que podem ser desenvolvidas em novos trabalhos.

**Anexo 1**

**Anexo 2**

**Anexo 3**

**Anexo 4**

**Anexo 5**



**Anexo 6**

**Anexo 7 (Coluna Ancelmo Góis)**

**Anexo 8 (Coluna Scarlet Moon)**

**Anexo 9 (Coluna J.A Gueiros)**

**Anexo 10 (Coluna Ricardo Boechat)**

**Anexo 11 (Coluna Hildegard Angel)**

**Anexo 12 (Coluna Márcia Peltier)**

**Anexo 13 (Coluna Heloísa Tolipan)**



**Anexo 14 (Coluna Ui! Anna Ramalho)**

**Anexo 15 (Coluna Patrícia Kogut)**

## **Fontes Primárias**

### **Depoimentos orais e entrevistas**

Ancelmo Gois  
Anna Ramalho  
Isabel Sued  
Joaquim Ferreira dos Santos  
Ricardo Boechat

### **Coleção de periódicos analisados**

*Jornal do Brasil*- jan 1980  
*O Globo*- jan 1980  
*O Globo*-out 1997

## Bibliografia

ALVES, Ivson. **Colunismo em extinção**. Disponível na internet via [www.url:http://www.comunique-se.com.br](http://www.comunique-se.com.br). Arquivo consultado em setembro de 2004.

AMARAL, Zózimo Barroso do. Zózimo, *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 2 jan 1980, Caderno B, p. 3.

\_\_\_\_\_. Zózimo, *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 3 jan 1980, Caderno B, p. 3.

\_\_\_\_\_. Zózimo, *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 5 jan 1980, Caderno B, p. 3.

\_\_\_\_\_. Zózimo, *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 7 jan 1980, Caderno B, p. 3.

\_\_\_\_\_. Zózimo, *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 18 jan 1980, Caderno B, p. 3.

\_\_\_\_\_. Zózimo, *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 24 jan 1980, Caderno B, p. 3.

ANGEL, Hildegard. **Papo na Redação: chat com Hildegard Angel**. Disponível na internet via [www.url:http://www.comunique-se.com.br](http://www.comunique-se.com.br). Arquivo consultado em janeiro de 2005.

\_\_\_\_\_. **Hildegard Angel: colunista de costumes**. *Revista Suíte Rio*, abr/mai 2005. Rio de Janeiro: Editora Tendência A 340. p. 8-11

CASTRO, Ruy. **Ela é carioca**. São Paulo: Cia das Letras, 1999.

CÔRTEZ, Celina. **A porta-voz da elite**. Disponível na internet via [www.url:http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/iq130620014.html](http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/iq130620014.html). Arquivo consultado em outubro de 2004.

FREIRE, Rogério. **Avanços do colunismo social**. Disponível na internet via [www.url:http://jornaldaparaiba.globo.com/especial/aniver32/espec-44.html](http://jornaldaparaiba.globo.com/especial/aniver32/espec-44.html). Arquivo consultado em outubro de 2004.

HERSCHMANN, Micael/ PEREIRA, Carlos Alberto Messeder. **Mídia, Memória e Celebidades: estratégias narrativas em contextos de alta visibilidade**. Rio de Janeiro: E-papers, 2003.

KÓVACS, Anamaria. **Coluna social: linguagem e montagem**. Orientador: Liba Beider. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 1975. Dissertação. (Mestrado em Comunicação)

LEÃO, Danuza. **Na sala com Danuza 2**. São Paulo: Arx, 2003.

MELO, José Marques de. **A Opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1994.

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

PASCOWITCH, Joyce. **Papo na Redação: chat com Joyce Pascowitch**. Disponível na internet via [www.url:http://www.comunique.com.br](http://www.comunique.com.br). Arquivo consultado em janeiro de 2005.

SUED, Ibrahim. **30 anos de reportagem**. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1983.

\_\_\_\_\_. **Em Sociedade tudo se sabe**. / Isabel Sued; pesquisa, organização e textos introdutórios. Rio de Janeiro: Rocco, 2001

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. **Imprensa e história no Rio de Janeiro dos anos 50**. Rio de Janeiro, tese de doutorado, ECO/UFRJ, 2000.

TRAVANCAS, Isabel. **50 anos do colunismo social de Ibrahim Sued**. Disponível na internet via [www.url:http://bocc.ubi.pt/pag/travancas-isabel-coluna-ibrahim-sued.html](http://bocc.ubi.pt/pag/travancas-isabel-coluna-ibrahim-sued.html). Arquivo consultado em outubro de 2004

UBERABA. **O papel do colunismo social na formação do imaginário das elites sociais**. Disponível na internet via [www.url:http://www.ufop.br/ichs/conifes/anais/LCA/lca0604.htm](http://www.ufop.br/ichs/conifes/anais/LCA/lca0604.htm). Arquivo consultado em outubro de 2004.