

Universidade Federal do Rio de Janeiro

# Dos canapés à política:

A reinvenção permanente do colunismo como  
gênero jornalístico

Rogério Martins de Souza

2009

Universidade Federal do Rio de Janeiro  
Escola de Comunicação  
ECO/UFRJ

# Dos canapés à política:

A reinvenção permanente do colonismo como  
gênero jornalístico

**Rogério Martins de Souza**

Tese de Doutorado apresentada dentro do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do título de Doutor em Comunicação. Orientador: Milton José Pinto.

**Rio de Janeiro**  
**Fevereiro de 2009**

## FICHA CATALOGRÁFICA

SOUZA, Rogério Martins de. Dos canapés à política: a reinvenção permanente do colunismo como gênero jornalístico. Rogério Martins de Souza. Rio de Janeiro, 2009.

Tese de Doutorado em Comunicação. Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação – ECO.

Orientador: Milton José Pinto.

1. Jornalismo 2. Colunas 3. Política

# Universidade Federal do Rio de Janeiro

## Escola de Comunicação

SOUZA, Rogério Martins de. **Dos canapés à política: a reinvenção permanente do colunismo como gênero jornalístico.** Orientador: Milton José Pinto. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 2009. Tese de doutorado.

### Folha de aprovação:

---

Prof. Dr.Milton José Pinto - Orientador - UFRJ

---

Prof. Dra. Beatriz Becker - UFRJ

---

Prof. Dra Iluska Coutinho - UFJF

---

Prof. Dr. Marcelo Kischinhevsky – PUC-RJ

---

Prof. Dr.Paulo César Castro - UFRJ

## Resumo

SOUZA, Rogério Martins de. **Dos canapés à política: a reinvenção permanente do colunismo como gênero jornalístico**. Orientador: Milton José Pinto. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 2009. Tese de Doutorado.

Durante o século XX, a imprensa brasileira passou por várias mudanças e metamorfoses ao longo das décadas. Talvez a mais marcante tenha sido a introdução, na década de 1940, das técnicas jornalísticas advindas do jornalismo norte-americano. O Brasil passou então de um jornalismo de tintas “francesas” para outro, influenciado agora por aquele praticado nos Estados Unidos, país que passaria a exercer a hegemonia não só econômica, mas também cultural em todo o mundo ocidental após a Segunda Grande Guerra. É também na mesma década que surge, em 1945, a primeira moderna coluna social brasileira, também copiada daquelas já existentes nos Estados Unidos, mas “adaptada” aos padrões jornalísticos brasileiros de então. Nas décadas posteriores, com a ditadura militar, as colunas da mídia impressa procuraram se adaptar à modernização do jornalismo, e as descrições dos jantares luxuosos aos poucos foram perdendo espaço para notícias exclusivas ligadas à política, economia, esportes, comportamento e o que mais fosse decidido como notícia pelo colunista titular. Hoje elas ultrapassaram em muito a apressada definição de “colunas sociais”. Continuam se reinventando e estão entre os espaços mais lidos na mídia impressa brasileira. Como se deu este processo, é o que esta tese pretende estudar.

Palavras-chave: Jornalismo, Política, Colunismo, Esfera Pública.

## Abstract

SOUZA, Rogério Martins de. **Dos canapés à política: a reinvenção permanente do colunismo como gênero jornalístico.** Orientation: Milton José Pinto. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 2004. Doctor's Degree.

During the last twentieth century, all along the decades brazilian journalism had passed for a plenty of changings and metamorphosis. Perhaps that one more incisive could have been the introduction, in the forties, of the press technics that had come from the american journalism. Brazil had passed then, by a journalism with a “french accent”, for another one, now under influence from that one already made in the United States, a country that after the Second War turned to exercise a hegemonic force, not just in politics and economy, but even cultural in all of the ocidental world. It's also in the same decade that comes along, in 1945, the first brazilian modern social column, moreover a copy from those ones already made in US, but “adapted” for the brazilian patterns from that era. I posterior decades, with the military governs, the jornalismo columns runned to adapt their discourse to the modernization in press, and the descriptions of luxurious dinners little by little were losing their words for the notices about politics, economy, sports and what more that could be decided to be news by the first colunist. Today they went far way beyond the late definition of “society columns”. This columns shows a continuing reinvention and they are between the spaces with more lecture in brazilian press. How this process took place, it's the question this thesis pretends to answer.

Key-words: Journalism, Politics, Colunism, Public Sphere.

## **Agradecimentos**

Agradeço aos professores do Programa de Pós-Graduação da UFRJ, principalmente pelas aulas durante o curso, que ajudaram a moldar este trabalho e alargar meus conhecimentos sobre a Comunicação Social.

Aos funcionários da secretaria da pós-graduação, em especial Vinícius, Humberto e Jorgina.

A CAPES, pela bolsa-auxílio nos três primeiros anos, que me possibilitou a aquisição de livros e a dedicação exclusiva para escrever esta dissertação.

A FAPERJ, pelo auxílio concedido no último ano, dentro do projeto “bolsista nota dez”.

Aos jornalistas e professores entrevistados, em especial os colunistas que abriram espaço em suas agendas para conversarem sobre a produção das colunas de notas.

Aos meus pais, pelo apoio constante, por tudo.

Ao meu filho Arthur, pelos momentos felizes que passamos juntos nos intervalos da tese.

E ao meu orientador, Milton José Pinto, pelo seu apoio e orientação.

## **Sumário:**

### **INTRODUÇÃO, 11**

#### **I PARTE**

#### **DO SOCIAL AO INFORMATIVO: O CONTEXTO HISTÓRICO DO COLUNISMO NO BRASIL**

##### **1 - O jornalismo após a 2ª Guerra Mundial: Maneco Muller, Walter Winchell e o apogeu dos colunistas, 23**

Winchell e o colunismo: uma ascensão fulminante, 28

O “movimento contrário” dos colunistas sociais no Brasil, 32

Decadência e ostracismo: o cavalheiro e o canalha, 38

##### **2 - Colunas sociais e ditadura militar: Entre o mundo fictício da alta sociedade e os bastidores da política e economia, 43**

A imprensa brasileira nos anos 1960 e o prestígio dos colunistas, 45

A modernização da imprensa durante o regime militar, 58

Sociedade e mudanças no perfil das colunas, 62

##### **3 - Colunismo e redemocratização: abertura política, modernização e fragmentação dos textos, 70**

Jornalismo e modernização, 71

A crise do papel e o começo da fragmentação da imprensa, 74

Colunas de notas e o assédio das assessorias, 78

A dificuldade em buscar informações e o uso do *off*, 81

##### **4 - Colunas de notas hoje: o caso brasileiro, 93**

A mídia e as mudanças nas esferas política e econômica, 95

As colunas se reinventam, 100

Fragmentação dos textos: seria a saída para a mídia impressa?, 104

#### **II PARTE**

#### **O QUE DIZEM AS NOTAS: ANÁLISE TEÓRICA**

##### **5 - A verdade nos bastidores: o discurso sedutor das colunas de notas segundo as teorias de Bakhtin e Foucault, 111**

A construção do verdadeiro na imprensa, 112

Bakhtin e o dialogismo nas colunas, 116

Foucault e o poder disciplinar, 121

Discurso, disciplina e poder, 128



**6 - Desconstruindo uma coluna de notas: uma análise sobre a heterogeneidade e a construção do discurso jornalístico em pequenas notas, 132**

Algumas pesquisas sobre o tema, 134

Para além da trivialidade: complexidades do gênero, 139

Da construção da notícia à repercussão na sociedade, ou da importância de uma boa fonte, 144

O acontecimento político refletido nas colunas: a absolvição de Renan Calheiros, 153

**III PARTE**

**ESTUDOS DE CASO: ANÁLISE DO DISCURSO DAS PRINCIPAIS COLUNAS DO RIO, SÃO PAULO E BRASÍLIA**

**7 - A sedução do colunismo: uma análise das colunas de Ricardo Boechat e Ancelmo Góis, 162**

Mudanças na forma, 164

Coluna de Ricardo Boechat, 166

Coluna de Ancelmo Góis, 173

A autoridade disfarçada, 179

**8 – Colunas de notas e a lógica midiática do entretenimento: transformando rumores em notícias nas colunas de notas políticas, 181**

*Nhenhenhém* e a importância da fofoca, 183

Mônica Bergamo: dos bastidores da política aos bastidores da novela, 191

Colunas de notas em Brasília: Cláudio Humberto e o folclore político, 197

**9 - Colunistas entre o sim e o não: o referendo das armas de fogo segundo as colunas de notas do Rio de Janeiro, 204**

Sobre fofocas, furos e subjetividade, 204

A leitura das colunas, 206

A valorização do secundário, 208

Os colunistas e a opinião pública, 211

O dia seguinte, 215

**CONCLUSÃO, 220**

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS, 225**

**ANEXOS, 232**

*Sim, estamos em Sunset Boulevard, Los Angeles, Califórnia. São mais ou menos cinco da manhã. Esse é o esquadrão de homicídios. Veio com detetives e jornalistas. Houve um assassinato em uma das mansões na altura do nº 10000. Com certeza, lerão a respeito nos jornais. Ou ouvirão falar no rádio e na televisão. Pois uma das maiores atrizes dos velhos tempos está envolvida.*

*Mas antes de ouvirem um relato distorcido e exagerado...*

*Antes de colunistas de Hollywood porem a mão nessa história...*

*Talvez queiram ouvir os fatos, toda a verdade.*

*Se esse é o caso, vieram falar com a pessoa certa.*

**Abertura do filme “Crepúsculo dos deuses”, de Billy Wilder**

- *Quantos amigos você tem?*
- *Sei lá. Talvez uns 30.*
- *Pois prepare-se. Quando assumir a coluna, terá 300. Mas quando a deixar, esteja certo de que voltará a ter somente 30.*

**Diálogo entre o então editor do *Jornal do Brasil* Élio Gaspari e o futuro colunista Ancelmo Gois, prestes a assumir a coluna Informe JB, em 1985.**

## Introdução

Em março de 2007, um artigo na segunda página do jornal *O Globo* chamava a atenção para três notícias antecipadas em primeira mão pelo periódico. Segundo o jornal, aquelas notícias traziam “informações exclusivas que repercutiram intensamente no país e pautaram os outros veículos de comunicação”. Vamos a elas. A primeira era sobre a demissão de um alto funcionário da Petrobrás que teria sido responsável pelo vazamento da informação sobre a compra da empresa de produtos químicos Ipiranga pela estatal. A segunda notícia antecipava que a seleção brasileira de futebol iria inaugurar o novo Estádio de Wembley, na Inglaterra. E por fim, a terceira nota informava que precisamente naquele dia, 28 de março, a Varig, outrora a maior empresa aérea do país, seria vendida para a Gol Linhas Aéreas.

À princípio, nenhuma dúvida sobre o feito alardeado pelo periódico – realmente as três notícias repercutiram em toda a grande imprensa nos dias seguintes. Mas o que chamava a atenção para o artigo do jornal era a procedência dos três “furos” de reportagem: todos haviam sido publicados na coluna do jornalista Ancelmo Gois, no período de apenas três dias entre a primeira e a última. Trata-se de uma coluna de variedades em que as notícias são apresentadas em notas curtas, pertencente a um gênero que para muitos faria parte de um desprezioso e fútil estilo jornalístico. Mas, no Brasil, no entanto, proliferaram-se a tal ponto que se tornaram imprescindíveis para o entendimento de nossa realidade. Ressalto o fato de estas colunas terem se tornado um gênero único no jornalismo brasileiro – apesar de existirem no exterior, em nenhum outro lugar elas se apresentam com o caráter específico das colunas nacionais, em que o fato mais ínfimo desvendado por uma nota de duas frases pode vir ao lado de uma informação que irá repercutir por toda a imprensa e pautar os jornais dos dias seguintes.

Colunas de notas. Descendentes diretas das antigas colunas sociais, estas colunas se desenvolveram, passaram por várias mudanças e hoje constituem um estilo mais próximo de um novo gênero jornalístico, onde uma infinidade de assuntos são revelados - comentários políticos, notas sobre a economia, vida cultural, agenda de esportes e lazer, o cotidiano de celebridades da TV e das passarelas, e até colunismo social à moda antiga. O que caracteriza as notas, para além do texto curto - duas ou três frases, às vezes uma só -,

seria um tom leve, por vezes irônico, os fatos ou falas contados de modo direto, a seleção e construção voltadas para um objetivo de assinalar o pontual, o destaque, o pitoresco. Se o jornalismo mundial consagrou a expressão *fait-divers* para assinalar todos aqueles fatos diversos que implicariam um rompimento insólito ou extraordinário do curso cotidiano dos acontecimentos, narrativas típicas do jornalismo popular, no gênero das colunas de notas brasileiras os *fait-divers* estarão ligados aos assuntos a princípio mais relevantes, como a política e a economia. Aqui, a nota sobre a meia furada de um ministro pode dizer tanto quanto a iminência de um plano econômico que afetará a vida de milhões de brasileiros.

Seria este um dos motivos pelo qual as colunas de notas se encontram hoje entre os espaços mais lidos nos jornais, e acompanhadas ansiosamente por uma multidão de leitores? Hoje em dia, para se manter bem informado sobre o que acontece nos bastidores da política nacional, é fundamental a leitura destas colunas, principalmente aquelas publicadas no estados do Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília, espaços jornalísticos que praticam um agendamento do que será notícia nos dias seguintes, além de influenciar a opinião pública. Seus titulares estão entre os principais formadores de opinião da mídia impressa, e as colunas são hoje espaços nobres dentro da imprensa nacional, como poderemos constatar.

Voltemos às colunas sociais. O antropólogo Gilberto Freire, um dos pesquisadores que se debruçaram sobre o gênero, identificava no colunismo mais tradicional o cultivo de traços brasileiros – a vaidade e a frivolidade: “Sou dos que vêm na crônica social um registro de fatos ou de ocorrências que constituem expressão de convívio humano numa de suas formas mais sutilmente significativas dentro de um contexto da vida brasileira que, já sendo pós-burguês, numas coisas, noutras continua burguês. Pode esse registro ser, por vezes, uma carícia à vaidade de convivas de todo frívolos. Mas quem nega ser próprio do ser humano, burguês ou pós-burguês, o pecado da vaidade?” (apud MELO, 1994). O historiador Moacir Werneck de Castro declarou-se “leitor compulsivo” das colunas de notas, que o abasteceriam com dicas acerca de como sobreviver na tempestade urbana do Rio, com informações sobre coordenadas humanas e o “*Zeitgeist* de que falam os filósofos”: “No meio da fogueira das vaidades, do “quem-transa-com-quem” , das insinuações malévolas e das retificações contra-feitas, das implicâncias pessoais e das notícias plantadas, sempre sobra ao cuidadoso analista de costumes alguma achega

importante para o conhecimento da vida social no sentido mais amplo. É material não desprezível para o historiador e sociólogo” (*Jornal do Brasil*, 1995).

Este trabalho constitui um mergulho sobre este gênero jornalístico que evoluiu no cenário brasileiro, através de uma pesquisa que não se furtará a investigar as colunas sociais “clássicas”, como o surgimento da primeira moderna coluna social brasileira, em 1945, através de Maneco Muller, – até a proliferação das colunas de notas em quase todo jornal brasileiro, de pequeno ou grande porte, neste começo do século XXI, quando chegaremos à hipótese principal desta pesquisa, ou seja, de que a fragmentação e o desenvolvimento da mídia impressa no Brasil, aliado a um contexto sócio-cultural específico, propiciou o surgimento deste estilo jornalístico, onde as barreiras das esferas público e privada foram definitivamente abolidas, resultando em um discurso carregado de ironia, humor e ruptura com as regras básicas da objetividade jornalística.

Para melhor compreensão da evolução das colunas de notas no cenário brasileiro, e seu estilo absolutamente peculiar, onde fofoca e informação objetiva caminham juntas, é necessário um rápido retorno a alguns séculos no passado.

Intrigas, fofocas, rumores e maledicências envolvendo os donos do poder sempre fascinaram a sociedade, em todas as épocas. A difusão de notícias abraçando um lado mais ameno e frívolo dos acontecimentos era comum na França absolutista. Alguns pesquisadores consideram, no século XVII, o rei Luís XIII como pioneiro da crônica social, ao instituir um jornal semanal com notícias da corte, no qual, “além de informações políticas inteiramente favoráveis ao governo real e do texto das ordenanças oficiais, inseria notícias de nascimentos, matrimônios, festas, divertimentos dos principais personagens da corte”<sup>1</sup>. Na Inglaterra, para frear o crescimento de uma imprensa que começava a incomodar a nobreza, o governo – sob a dinastia dos Tudors – ao mesmo tempo em que censurava notas ruins ou que incomodassem os súditos, passou a inserir nos jornais notas sobre a família real, roupas da Corte, casamentos de nobres e outras amenidades que exerciam fascínio sobre a plebe e afastavam as discussões políticas (PENA, apud PIZZOL, 2007).

---

<sup>1</sup> Beltrão, Luís. \*Iniciação à filosofia do jornalismo”.

A política, nesta época, era vista como algo que dizia respeito ao rei, e por isso a circulação de informações sobre o funcionamento interno do sistema de poder não era autorizada. No entanto, num período pré-Revolução Francesa, o mero surgimento de um rumor clandestino e provavelmente apócrifo sobre a figura do rei e suas amantes era algo que seduzia as pessoas, que repassavam este “segredo” a outros, de forma oral. E um dos lugares onde os rumores políticos eram disseminados era justamente os cafés públicos.

Os cafés públicos europeus alimentavam uma rede de comunicação alternativa à imprensa controlada pela monarquia. Boatos, notícias e mexericos eram transmitidos entre os fregueses, e ocasionalmente mensageiros iam de um café para o outro, a fim de relatar grandes acontecimentos, tais como a eclosão de uma guerra ou a morte de um chefe de Estado (“O grande vizir estrangulado”, anotou Hooke, após ouvir a notícia no café de Jonathan em 8 de maio de 1693) (apud STANDAGE, 2005).

Com uma população em grande parte analfabeta, os franceses, para saber o que estava realmente acontecendo, iam aos locais onde as notícias eram disseminadas, que poderiam ser nos cafés conhecidos pelo tom inflamado de seus freqüentadores, como nas esquinas informais em que oradores improvisados discursavam, e também nos trechos de bulevares em que boletins noticiosos eram apresentados aos brados pelos vendedores ambulantes de pasquins ou cantados ao som de melodias populares cujas letras insinuavam o que ocorria nos bastidores do poder dos reis. Ou seja, num tempo em que a imprensa não se estabelecera ou era censurada, a população buscava outros meios de se informar, como as histórias orais passadas por agitadores e cantores. Para acompanhar as notícias, bastava ficar na rua e abrir os ouvidos (DARNTON, 2002).

Criticar o rei dentro de um café parisiense poderia dar cadeia. Os cafés viviam cheios de espiões do governo, e qualquer um que atacasse o estado por meio de palavras poderia ser aprisionado na Bastilha: “No Café de Foy, alguém disse que o rei tinha arranjado uma amante, que ela chamava-se Gontaut e era uma mulher bonita, sobrinha do duque de Noailles” (apud STANDAGE, *ibid*), era apenas um dos muitos relatórios anotados por informantes do Regime. Isso gerou o surgimento de diversas publicações clandestinas, uma densa rede de comunicações feita por meios de comunicação hoje esquecidos. E entre esses meios estavam os *libelles*, ou libelos, livros difamatórios

contendo uma ampla gama de fofocas sobre pessoas célebres, que foram intensamente perseguidos pelas autoridades do regime absolutista.

Segundo Robert Darnton, os libelos eram construídos a partir de anedotas provenientes de fofocas sobre as vidas privadas dos grandes. Naquela época, a denominação de “anedota” era diferente da que sabemos hoje, ou seja, como algo próximo da piada. Os leitores dos libelos consideravam ‘anedota’ como algo que realmente havia acontecido, mas que não podia ser contado nas versões oficiais dos eventos. Eram apresentadas como pedaços de notícias, ainda que eventualmente pudessem ter sido seu teor exagerado. Num dos libelos mais famosos dos anos pré-revolucionários se encontra a nota de rodapé: “metade deste artigo é verdade”. Os libelistas, em suas também chamadas *chroniques scandaleuses*, gostavam de provocar seus leitores.

Os libelos franceses se extinguíram, mas sua fonte principal – as fofocas – perduraria para sempre nos tablóides e jornais posteriores. Elas inspirariam o surgimento de um novo gênero jornalístico, não mais carregado dos rumores e intrigas típicos dos libelos, mas inspirado pelo mundanismo de uma sociedade burguesa ascendente e a frivolidade típica de uma elite recém-independente: as colunas sociais. O columnismo social propriamente dito, portanto, no formato de uma coluna separada e em seção fixa, surgiria em meados do século XIX, nos Estados Unidos, durante a chamada *penny press*.

A Revolução Industrial propiciou o desenvolvimento da imprensa nos Estados Unidos. Como consequência houve o barateamento do preço dos jornais - que agora eram vendidos a um *penny* (um centavo) -, a invenção da linotipo e o avanço dos telégrafos, além da diminuição do analfabetismo, ajudando a imprensa a se modernizar e atingir o nível de meio de comunicação de massa. O sucesso dos jornais como principal meio de entretenimento leva ao fascínio com aqueles poucos contemplados com uma nota de coluna social. Sim, se na época dos libelos o público corria atrás de notícias da corte real, agora o novo público leitor irá atrás das notícias sobre os ricos e famosos da época.

As colunas sociais americanas nascem nas duas últimas décadas do século XIX, nas quais a informação inserida – descrições de viagens de iate, listas de convidados em eventos sociais importantes – eram geralmente sancionadas pelos próprios personagens das

colunas. Seu objetivo principal era promover o estilo de vida de famosos e integrantes da chamada *high society* americana, que tanto fascinava os leitores.

O gênero se desenvolve quando os jornais deixam de ser doutrinários e adquirem feição informativa. O público começou a desejar matérias que escapassem do anonimato redatorial – quase não havia matérias assinadas – e tivessem personalidade. Segundo Fraser Bond, isso levou ao aparecimento de seções sob a responsabilidade de jornalistas conhecidos, superando a frieza e a impessoalidade do corpo do jornal, e originando espaços dotados de valor informativo e de vigor pessoal (apud MARQUES DE MELO, 1994).

As notícias em tom de fofoca sobre famosos já eram comuns na Europa, mas o estilo em notas curtas, sincopadas (em que uma nota pode completar o que foi sugerido pela anterior) é uma invenção americana. Os primeiros colunistas trabalhavam relatando notas sobre artistas, celebridades, milionários, figuras excêntricas, autoridades e outras pessoas da sociedade que pudessem ser destaque na coluna.

A “leveza” das notas escritas em estilo pessoal atingiu enorme sucesso e inspiraria o colunismo social ao redor do mundo, inclusive no Brasil. Brito Broca, em “A vida literária no Brasil 1900” delimita o ano de 1907 como o do surgimento da primeira coluna social na imprensa brasileira, através do “Binóculo”, coluna escrita por Figueiredo Pimentel, jornalista que foi ávido defensor das mudanças urbanísticas à época do prefeito Pereira Passos e que se celebraria como o autor da frase “O Rio civiliza-se”. O fato acompanharia, segundo Broca, um processo generalizado de tornar menos pesados os textos dos jornais, incentivado por um novo recurso de impressão de páginas coloridas. Tais recursos tipográficos permitiriam a edição de um suplemento literário em cores aos domingos, na *Gazeta de Notícias*. O mesmo caderno trazia “uma crônica leve, fútil ou lírica, como introdução risonha às notícias de aniversários, noivados, casamentos”.

As colunas sociais eram vistas como o lado informal do jornal, voltadas para o público feminino. Uma espécie de “descanso” concedido ao leitor das notícias sobre crimes, violência e mortes do chamado *yellow journalism* (no Brasil, imprensa marrom ou sensacionalista). Devido a esta característica, muitas delas se voltaram ao humor na formatação da notícia. As notícias abordando os integrantes da burguesia eram levadas ao leitor algumas vezes de forma irônica, ressaltando o lado extravagante dos ricos, e aos



poucos dando maior importância às fofocas, ainda sem atingir seriamente a reputação dos personagens retratados.

No século XX, os primeiros olímpicos saídos da nascente indústria cultural do cinema e rádio não hesitaram em abastecer de notícias as colunas sociais que atraíam um grande número de leitores. O “estilo de vida” de um ator ou atriz – como ele se comportava em casa, quais eram seus hábitos, seus *hobbies* – podia alavancar a carreira de um ator aspirante ao mundo do cinema em Hollywood. Durante muito tempo, os departamentos de publicidade de estúdios trabalharam com colunistas como Louella Parsons e Hedda Hopper, plantando informações sobre romances e casamentos das estrelas de cinemas, além de notícias dos bastidores envolvendo roteiristas, o diário das filmagens e a luta por papéis em filmes importantes para a indústria.

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

Entretanto, muitos colunistas não eram mais tão dóceis com seu público. Nos anos 1940, a Segunda Guerra Mundial mudaria a recepção das antigas colunas sociais. A sociedade americana tinha agora uma nova obsessão: todos queriam ler notícias sobre escândalos.

Aos poucos, notícias sobre escândalos foram proliferando nas colunas de notas – primeiro como escândalos privados, adultérios, crimes passionais de pessoas famosas -, enquanto assuntos como política e economia eram sorrateiramente inseridos disfarçadamente no corpo das colunas. Alguns colunistas agora tinham tanta influência que podiam derrubar líderes sindicais e candidatos a cargos públicos com apenas uma nota que denotasse um suposto escândalo – mesmo que essa informação não fosse confirmada. Dentre todos, o mais poderoso foi sem dúvida Walter Winchell, que mesclava em sua coluna informações maliciosas sobre gente famosa com notícias de divórcios, adultérios e outros escândalos envolvendo pessoas próximas ao poder. O estilo de Winchell seria copiado por colunistas de jornais em todos os Estados Unidos e ele seria visto como um dos homens mais poderosos da América. No Brasil, o colunista Maneco Muller se inspiraria em

Winchell e em outros colunistas norte-americanos para criar a primeira coluna social moderna, em 1945, em que pontificava sob o pseudônimo de Jacinto de Thormes.

O desenvolvimento das colunas sociais no Brasil ocorreu paralelo às mudanças no jornalismo no século XX, levaria às colunas de notas contemporâneas, em que a política e economia recebem mais destaque; um gênero jornalístico único e ainda cercado de controvérsias, como poderemos constatar nesta tese. Pretende-se aqui pesquisar o que teria levado a maior parte da grande imprensa brasileira a investir ostensivamente neste estilo jornalístico.

A construção de uma coluna de notas obedece a um jogo de interesses e poder entre colunistas e suas fontes, e onde a política muitas vezes dá o tom. Apesar de a grande maioria dos colunistas brasileiros – geralmente selecionados entre os mais bem informados e de maior experiência na grande imprensa – fazer questão de salientar a importância da apuração bem feita e a checagem dos fatos correta, não há dúvida de que estas colunas são também espaços mais “livres”, em que o colunista pode abrir espaço a um sem-número de rumores, insinuações, boatos, apenas para “medir a temperatura” de uma informação passada em primeiríssima mão.

Com a ampliação de assuntos, a parte social destes espaços fica hoje restrita a pequenos registros, e concorre com as assessorias de imprensa de gravadoras, editoras, empresas privadas e outros meios, ávidos por divulgar seus contratados. Muitos daqueles leitores que não se interessavam pelas antigas colunas sociais – consideradas por grande parte da opinião pública como “fúteis” – passaram a ler com mais atenção seus enunciados. Políticos influentes divulgam com exclusividade aos colunistas informações sobre os bastidores do poder – informações que podem ser relevantes ao interesse público ou apenas servir ao jogo de interesses de *lobbies* estabelecidos nos principais postos do governo. O jornalista Murilo César Ramos chega a definir como um novo gênero o que ele chama de *jornalismo político das colunas sociais*. Os colunistas hoje, segundo ele, estariam dedicando o espaço mais nobre das suas colunas à política: “São as notas que vêm em destaque, no alto das páginas, da esquerda para a direita, acompanhando, como manda a boa regra jornalística, o nosso jeito de ler” (RAMOS, p. 254).

Apesar de ainda pouco estudadas, a proliferação das colunas de notas em toda a mídia impressa gerou recentemente artigos de pesquisadores que tentaram analisar este gênero jornalístico de uma forma mais atenta, mais aprofundada, ressaltando a importância deste gênero no jornalismo brasileiro atual e salientando a necessidade de estudar as colunas de notas como um gênero jornalístico próximo à literatura, como a crônica ou a crítica literária. Para Ramos (2002), as notas curtas das colunas seriam “a forma mais bem acabada de um suposto jornalismo, no qual foi abolida totalmente a distinção feita impossível, entre realidade e ficção”. O pesquisador deixa no ar uma questão que buscaremos responder ao longo deste trabalho: “estaria o discurso, mais que o fato, sendo preponderante na construção do real?”

Este trabalho está dividido em três partes. Considerei imprescindível começar a primeira parte com um histórico das colunas sociais no Brasil, a fim de mapear a evolução deste gênero jornalístico em nossa sociedade, que se desenvolveu junto com a modernização da imprensa em meados do século XX, até chegarmos ao colunismo dos dias de hoje, onde as notas sociais transformaram-se em colunas de variedades, em que a política e a economia predominam. A parte histórica será importante para demonstrar a complexidade deste tipo de jornalismo de notas curtas na contemporaneidade, e também como sustentação do trabalho analítico a que se propõe a segunda parte desta tese, de caráter mais teórico.

Tomo como ponto de partida a década de 1940, quando o jornalista Maneco Müller cria a primeira moderna coluna social brasileira. Será na década de 50, contudo, que os colunistas sociais experimentarão seu apogeu dentro dos jornais e entre o público leitor. É interessante notar que, mesmo com a introdução na imprensa brasileira das modernas técnicas do lide, sublide e da pirâmide invertida, os colunistas continuaram com seu prestígio em alta. Durante essa época, as colunas sociais, antes restritas ao mundo das festas e comemorações da burguesia brasileira, começam a investir na política, ainda muito sutilmente. Detalhes da vida privada de ricos e famosos começam a ser intercaladas com o cotidiano dos titulares do Senado e da Câmara dos Deputados.

A política continuará presente no discurso dos colunistas durante a ditadura militar, quando, ironicamente, aquelas colunas antes denominadas como triviais e fúteis contribuíram com informações sobre os bastidores do poder, ainda que em grande parte

numa linguagem “cifrada” em que somente os mais informados entendiam. Este é o tema do segundo capítulo, quando colunistas como Ibrahim Sued, de fortes relações com titulares da hierarquia militar, contribuíram para que, num período de censura prévia à imprensa, o público ficasse sabendo, ainda que à conta gotas, do que estava acontecendo nos subterrâneos do poder.

O terceiro capítulo tenta desvendar, a partir do papel da imprensa durante a redemocratização do país e o fim da censura, sobre o jornalismo brasileiro e seu desenvolvimento, tomando como parâmetro as colunas de notas, que começam a se proliferar em todo o país a partir dos anos 80. O jornalismo se fragmenta e a grande imprensa, movida por tendências mercadológicas, investe nas notas curtas. É a época em que a influência das grandes agências de publicidade e das assessorias de comunicação começa a se mostrar mais forte na imprensa, em especial no colunismo.

Dos anos 90 para cá a política e os bastidores do poder começam a ser mais valorizados, as fronteiras entre o público e privado se dissipam ainda mais e as colunas de notas reinventam-se como um gênero jornalístico tipicamente brasileiro. É o que será analisado no quarto capítulo, que encerra a parte histórica deste trabalho. Também é nesta época se acentua aquilo que podemos chamar de “personalização” das colunas: até a década de 1990, era mais comum que cada coluna tivesse uma assinatura específica, a despeito dos autores que assinassem os textos. Assim, o mesmo espaço era preenchido por diversos profissionais, versando sobre os mesmos assuntos, como a famosa Coluna do Swann, publicada no jornal *O Globo*, e assinada por mais de um autor. Jornais pegavam emprestados nomes de escritores ou personagens célebres da literatura para batizar a coluna. Atualmente, porém, os colunistas têm recebido mais destaque, o que lhes permitiu assumir sua verdadeira identidade e escrever sobre praticamente qualquer tema, desde que o leitor identifique neles um estilo próprio. Um jornalismo que poderíamos chamar “de grife”, pois pautado na personalização do estilo de seus colunistas.

A segunda parte desta tese pretende estudar a fragmentação da imprensa nos dias de hoje, a partir de uma análise teórica das colunas de notas do jornalismo brasileiro. Partindo do pressuposto de que muitos leitores tomam como realidade factual os textos das colunas de notas da grande imprensa, optei por pesquisar neste capítulo a idéia de “verdade” jornalística nas colunas de notas, tomando como base teórica conceitos estudados por

Bakhtin e Foucault. Parte-se de uma discussão sobre a construção da verdade no discurso jornalístico para em seguida verificar se marcas da teoria de Bakhtin, como a polifonia e o discurso dialógico, assim como temas estudados por Foucault, como as sociedades disciplinares e a ordem do discurso, podem ser relacionados a este gênero jornalístico, que encontra hoje bastante ressonância na mídia impressa brasileira.

Na parte teórica também consta um capítulo em que buscamos analisar, através da análise do discurso e entrevistas com jornalistas, o “antes e o depois” de uma coluna de notas. Ou seja, primeiro veremos como se constrói uma notícia em apenas duas ou três frases cujo teor pode dar início a um escândalo de repercussão nacional, pautando as manchetes de jornais e revistas nos dias seguintes. Depois, minha intenção será verificar, no espaço das colunas de notas, a construção discursiva de um evento político também de grande repercussão e o modo absolutamente peculiar de como ele é retratado por colunistas acostumados a pautarem o noticiário.

Em seguida, numa terceira e última parte, pretendo analisar, através de estudos de caso, algumas das principais colunas de notas brasileiras, com destaque para aquelas situadas no Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília. Escolhi arbitrariamente estas três cidades porque são aquelas que apresentam as colunas que mais repercutem nacionalmente. Os estudos de caso buscaram captar a diversidade do gênero no Brasil. A intenção foi, ao partir da análise de discurso das colunas escolhidas, poder verificar pontos em comum, diferenças, “lógicas” e processos inerentes ao gênero.

Fará parte destes estudos de caso um acontecimento político que mobilizou toda a população brasileira – o referendo sobre a comercialização das armas de fogo em outubro de 2005. Ele toma como *corpus* notícias divulgadas em colunas de notas da mídia impressa no Rio de Janeiro. Pretende-se aqui analisar como um fato que obteve ampla divulgação em todos os meios de comunicação foi levado ao leitor especificamente pelas colunas jornalísticas no Rio.

Enfim, como pesquisador da mídia impressa, busquei com o presente trabalho dar minha contribuição acadêmica a este gênero jornalístico muitas vezes mal compreendido e que, não obstante a controvérsia que suscita ainda hoje, é seguido por multidões de leitores apaixonados. Motivo este que me levou a pesquisá-lo e que, espero, seja seguido por outros trabalhos a se debruçarem sobre tema tão complexo.

# **Primeira Parte**

**Do social ao informativo:  
O contexto histórico do colunismo no Brasil**

## Capítulo 1

### O jornalismo após a Segunda Guerra Mundial: Maneco Muller, Walter Winchell e o apogeu dos colonistas

*Enquanto a plebe rude na cidade dorme, eu sonho com Jacinto, que também é de Thormes.*

*Café Soçaite, samba de Miguel Gustavo*

*Let's fly away and find a land that's so provincial we'll never hear what Walter Winchell might be forced to say*

*Let's fly away, canção de Cole Porter*

Não era muito animador o cenário dos jornais brasileiros ao fim da Segunda Guerra Mundial. Os jornais de grande circulação eram vespertinos e concentrados no Rio de Janeiro e São Paulo. Além disso, a imprensa de então dependia dos favores do Estado (financiamentos dos bancos oficiais, isenções fiscais e publicidade governamental), dos pequenos anúncios populares ou domésticos e da publicidade das lojas comerciais (ABREU, 2000). O *Jornal do Brasil* – que realizaria nos anos 1950 uma revolução na estética jornalística – era ainda pejorativamente rotulado como “o jornal das lavadeiras”, por trazer em sua primeira página uma quase totalidade de anúncios. Na política, o governo Getúlio Vargas havia sido deposto pelas Forças Armadas ao final da guerra, e com ele caía o famigerado Departamento de Imprensa e Propaganda – o DIP – que manteve durante anos a grande malha dos jornais sob censura. Enquanto o mundo experimentava novos ares de liberdade, a imprensa brasileira queria respirar e encontrar novos rumos para seguir em frente.

Também não foi um período muito bom para os cronistas sociais. O governo Dutra, que se seguiria a Vargas no poder, logo tratou de definir medidas moralizantes com uma postura agressiva. A maior delas foi, sem dúvida, o fechamento dos cassinos em todo o território nacional, a partir de um decreto-lei assinado em 30 de abril de 1946, que iria proibir o jogo no Brasil. Imediatamente, uma infinidade de operadores de roleta, cantores

da noite, dançarinas, músicos de orquestras, apresentadores e outros profissionais viram-se sem emprego. Da noite para o dia, a roleta deixou de girar nos mais de setenta cassinos oficiais, no Rio, em Niterói, Petrópolis e nas estâncias hidrominerais de Minas Gerais e São Paulo. Alguns tentaram o suicídio: os cassinos eram grande fonte de renda e movimentavam fortunas, como o mais famoso deles, o Quitandinha, que a partir daí começou a entrar em decadência. Houve manifestações em frente ao Palácio Laranjeiras a fim de suplicar a Dutra para que voltasse atrás. De nada adiantou<sup>1</sup>. Os cassinos, com seus ambientes, freqüentados pela fina flor da burguesia brasileira, além de estrangeiros em viagem, eram ponto obrigatório para as rondas dos colonistas sociais em busca de notícias sobre o *grand monde*.

Se no começo do século a frase eternizada por Figueiredo Pimentel – “O Rio civiliza-se” – tornou-se palavra de ordem entre literatos e formadores de opinião; a partir da entrada do Brasil na Segunda Guerra, o termo poderia ser mudado para “O Rio internacionaliza-se”. Dois fatores levaram o Brasil a ostentar anseios de tornar-se uma nação efetivamente cosmopolita e com algum peso na política internacional: primeiro, a criação da “política da boa vizinhança” com os Estados Unidos, que trouxe ao Brasil estrelas do cinema como Orson Welles e Walt Disney, enquanto abria espaços para estrelas de nossa música, como Carmem Miranda, brilharem no cinema norte-americano.

Segundo, com a guerra em curso, o Rio passou a abrigar os “exilados do *jet-set*<sup>2</sup> internacional”, como definiu o cronista Luís Nassif. De 1940 em diante, banqueiros falidos, judeus ricos em fuga do nazismo, nobres endividados e outros componentes da alta burguesia européia começaram a aportar em terras brasileiras. Um deles, o Barão Von Stucker, em pouco tempo revolucionou a vida noturna carioca, criando a boate Vogue (NASSIF, 2006). Nassif conta como o barão transformou a boate em referência internacional dos que aportavam no Rio de Janeiro: “Para abrilhantá-la, o Barão foi buscar na Europa duas figuras que se tornaram lendárias: o pianista Sacha Rubin, libanês metido a francês que tocava piano com um copo de uísque do lado e um cigarro invariavelmente estacionado no canto da boca; e o chefe de cozinha Gregoire Belinzanski, russo branco que

---

<sup>1</sup> “Carmen, uma biografia”, capítulo 23, “Dinheiro a rodo”, Ruy Castro.

<sup>2</sup> O termo *jet-set* foi cunhado pelo jornalista e colonista social Igor Cassini, para descrever um tipo específico e internacional de ricos e famosos que viajavam freqüentemente de um país “exótico” a outro via aeroplanos (*jet*).



introduziu três pratos clássicos na cozinha brasileira: o stroganoff, o frango a Kiev e o picadinho à brasileira” (idem).

A boate Vogue ficava em Copacabana, que desde a construção do hotel Copacabana Palace, tornara-se o centro das badalações notívagas da cidade, e “sonho de consumo” de qualquer brasileiro ou estrangeiro aspirante às altas rodas. Foi no bairro que, em 1923, nasceu Manuel Antonio Bernardez Müller, mais conhecido pelos amigos como Maneco, e mais tarde venerado pela alcunha com que assinaria sua coluna social: Jacinto de Thormes, nome emprestado de um personagem do escritor Eça de Queiroz.

Com o fechamento dos cassinos surgiram outras boates, como a Monte Carlo e a Meia-Noite, onde grã-finos, empresários, políticos e suas mulheres misturavam-se com boêmios comuns. Nelas, conspirava-se contra o governo, empresas mudavam de mãos, casos de amor nasciam e morriam. Um prato cheio para qualquer colunista nos dias de hoje, mas que não era comum na imprensa politizada dos anos 1940. Onde então Maneco passou a dar notas sobre política, negócios, uniões informais e até futebol (CASTRO, 1999).

Filho de diplomatas, Maneco era, ele próprio, um grã-fino, como eram rotuladas as pessoas da alta sociedade sobre quem ele um dia iria escrever. Seu primeiro emprego seria numa loja de artigos de luxo para homens, a Casa Quincas. Ajudou-lhe a fluência em quatro línguas e o bom relacionamento com os ricos que sua ascendência lhe deixara. Um dia, o jornalista Gustavo Dória, conversando com aquele rapaz culto e bem relacionado, convidou-o para escrever o registro social do jornal *Folha Carioca*. Era assim que saíam as notícias sobre sociedade até então - registros, sob o título “Sociais”, de batizados, casamentos, viagens, jantares etc. Maneco aceitou o cargo. No entanto, logo na primeira crônica, quase foi despedido.

Primeiro, Maneco se recusou a registrar passivamente o dia a dia da burguesia carioca. Escreveu notas com um estilo de crônica literária, adicionando comentários irônicos sobre seus “personagens” sem um pinga de deslumbramento ou afetação, como era comum. Mas o que mais desagradou a alguns membros ali retratados é que o jovem colunista havia quebrado a tradicional “hierarquia” daquela época (DINES, 1955). Explica-se: Maneco ousara retratar figuras da burguesia carioca lado a lado com artistas, políticos, e até pessoas “comuns”, sem vínculo com as altas rodas, mas que lhe pareceram

interessantes. A grita foi grande, o que lhe valeu advertências da chefia de redação, mas a repercussão calou a todos. Maneco foi autorizado a prosseguir.

Uma crise política tiraria Maneco da *Folha*, mas, no dia seguinte, ele estava empregado no *Diário Carioca*, jornal mais relevante que o primeiro e marcado por lutas políticas. O *Diário* era um periódico que, desde 1929, quando surgiu, jamais escondera sua vocação: ser um matutino eminentemente político e de oposição ao governo. Por conta de suas posições, o jornal chegaria a ser empastelado durante a década de 1930, ficando alguns dias sem circular. Quando Maneco chegou ali, trazido pelo jornalista Prudente de Moraes Neto, o jornal respirava dias melhores: havia apoiado a destituição de Vargas e seguia sem crises no novo governo Dutra. Seu time de colaboradores era digno de provocar inveja em outros periódicos:

O "Diário" era meio maluco, mas com uma força tremenda. Só tinha cronista. O secretário de redação era Everardo Guilhon. Eptácio Timbaúba fazia crônica policial. Castelinho, crônica política. Lúcio Rangel, crônica de música. Paulo Mendes Campos e Sérgio Porto eram cronistas - cronistas mesmo. Vinícius fazia crônicas poéticas, assim como Fernando Lobo. Prudente fazia crônicas de turfe, com o pseudônimo de Pedro Dantas e assessoria integral da esposa Inah Novaes, sua prima-irmã, com quem teve uma lua-de-mel que entrou para as lendas boemias da cidade. E todo mundo era bem humorado (NASSIF, *ibid*, 2006).

Foi Prudente, que já conhecia o trabalho de Maneco na *Folha Carioca*, quem fez o convite:

- Você vai ser cronista social.

Ao que o jovem e petulante jornalista, de apenas 22 anos, retrucou:

- É coisa de veado.

Mas aceitou o novo posto, porque, segundo diria mais tarde, “o salário não era de se jogar fora”. Só impôs uma condição: escrever sob pseudônimo. Prudente, na hora, escolheu o nome com que Maneco se tornaria famoso: Jacinto de Thormes. O jornalista não sabia ainda que o pseudônimo o acompanharia como uma sombra até o fim de sua vida.

Estava começando ali uma nova fase no jornalismo brasileiro. Antes de Maneco havia as “crônicas floridas” dos cronistas sociais (o termo *colunista social* surgiria depois, muito em parte por causa de Maneco, que ainda criaria a expressão “colunável” para se referir aos poucos privilegiados que tinham acesso à sua coluna).

Antes, [a coluna social] era assim porque a receita dela era essa. Na realidade, ela era ainda mais antiga e mais rebuscada. Havia um senhor chamado Gilberto Trompowski, que assinava G.B.A. Ele assinava verdadeiras crônicas, tipo “a senhorinha, fulana de tal, com um vestido esvoaçante...”, era por aí. Aí chegou o Maneco Muller, um sujeito muito culto, filho de embaixador, bem nascido, muito charmoso. E então o Maneco começou a fazer essa nova coluna que foi a origem de todas as outras ditas sociais<sup>3</sup>

Com Maneco, as coisas mudariam: seu personagem, Jacinto de Thormes, inaugurava a crônica social com um estilo inconfundível - um misto de ironia, seriedade, esnobismo, fanfarronice e sarcasmo. Mais importante: o colunista teve a liberdade necessária para acabar com o formalismo e as afetações da crônica social e transformá-la em coluna de interesse jornalístico. O novo cronista do *Diário* iria buscar inspiração nas colunas sociais dos Estados Unidos – que àquela altura já eram uma instituição do jornalismo norte-americano - como a de Elza Maxwell, Nick Boker, Walther Nin e, especialmente, Cholly Knickerbocker<sup>4</sup>, cronista de Nova York cujo nome verdadeiro era Igor Cassini. Além disso, também trouxe para o Brasil o estilo das notas “sincopadas”, onde a nota seguinte poderia completar ou não o comentário da anterior.

Ao apostar suas fichas no colunismo social ao estilo norte-americano, Maneco inspirava-se em jornalistas que na América alcançavam enorme prestígio e poder. Enquanto no Brasil, grande parte dos jornais ainda dependia de favores do Estado para saldar suas dívidas – tornando a independência editorial algo bastante relativo<sup>5</sup> -, nos Estados Unidos o quadro era outro, com grandes jornais já estabelecidos como empresas e independentes do Estado. Isso dava aos jornalistas e colunistas mais conhecidos um poder com que seus colegas brasileiros nem poderiam sonhar. O mais poderoso deles, Maneco sabia, chamava-se Walter Winchell.

---

<sup>3</sup> Anna Ramalho, colunista. Entrevista ao autor, julho de 2008.

<sup>4</sup> O nome “Cholly Knickerbocker” também se referia a um personagem literário, criado pelo americano Washington Irving. Era comum nos Estados Unidos a utilização de nomes de personagens da literatura para nomearem colunas, tradição que foi copiada pelo jornalismo brasileiro, como no caso de Jacinto de Thormes. Os colunistas titulares podiam até deixar a coluna, mas título com o pseudônimo permanecia.

<sup>5</sup> A liberdade dos colunistas tinha seus limites, como podemos constatar através deste comentário de Samuel Wainer, um dos donos de jornal que mais investiu em colunistas: “Meus jornalistas não tinham liberdade para escrever, mas sim independência. Explicava-lhes que jamais seriam obrigados a escrever algo que contrariasse seus pontos de vista (...) Mas eu não poderia permitir-lhes que escrevessem algo que afetasse os interesses da empresa” (Wainer, apud Ribeiro, 2007).

## Winchell e o colunismo: uma ascensão fulminante

Muito antes do termo “celebridade” se tornar moeda corrente em toda a grande imprensa, o jornalista norte-americano Walter Winchell era, ele próprio, uma celebridade. Nos anos 1940, havia uma cadeira cativa em seu nome no Stork Club, um dos mais prestigiados *nightclubs* da cidade de Nova York. No cinema, recebia com frequência convites para aparições em filmes, como ele mesmo, enquanto outros estúdios criavam personagens inspirados em sua persona jornalística. No Cub Room, outro *nightclub* onde a mesa estava sempre à sua disposição, fora criado em sua homenagem um hambúrguer especial, chamado *Winchellburger*.

Tanta bajulação explicava-se por um único e simples motivo: Winchell era considerado por toda a imprensa como um dos homens mais poderosos da América. No filme biográfico realizado pela rede de televisão HBO em 1998<sup>6</sup>, há uma cena representativa deste poder: Winchell conversa com um magnata, à procura de informações relevantes para uma história que pretende relatar em sua coluna. O homem hesita em passar a informação, menosprezando o poder atribuído ao jornalista. Winchell toma uma atitude: pede licença ao magnata para usar o telefone e então liga para o prefeito da cidade. Do outro lado da linha o prefeito recebe um pedido absolutamente inusitado. Winchell quer que ele mande cortar a luz elétrica da cidade, apenas por alguns instantes. O prefeito parece hesitar, mas Winchell, desta vez, sério, manda que ele o faça. O colunista desliga o telefone e acende um cigarro. Alguns instantes depois, sob o olhar incrédulo do magnata, todas as luzes em volta do prédio onde estavam começam a se apagar, ficando grande parte da região em volta sem eletricidade. Momentos depois, a luz volta. O magnata está agora apavorado, olhando para Winchell, que apenas sorri.

Realidade ou ficção? Não importa, o fato é que ninguém em sã consciência queria criar problemas com aquele homem que, quase vinte anos antes, em seus primeiros anos na imprensa, criara as famosas *gossip columns*, “colunas de fofocas”, em tradução literal, um gênero que depois faria o sucesso de centenas de publicações sobre o cotidiano dos ricos e famosos.

---

<sup>6</sup> *Winchell*, 1998, telefilme produzido pela rede norte-americana HBO

Walter Winchell nasceu em Nova York no ano de 1897, filho de imigrantes judeus. Ao contrário de Maneco Muller, ele nasceu pobre e assim passou grande parte de sua juventude. Ainda adolescente, trabalhou como ator e cantor nos teatros ao estilo *vaudeville* na parte mais pobre de Manhattan. Sua carreira jornalística, antes de profissionalizar-se, consistia em escrever fofocas dos bastidores das peças nas quais atuava, que saíam nos boletins informativos da área teatral. Na década de 1920, ao tornar-se jornalista profissional, Winchell sabia exatamente o que queria fazer: uma coluna de fofocas sobre os ricos e famosos da época. Nasciam ali as *gossip columns*.

Até então, as colunas existentes nos Estados Unidos eram muito próximas àquelas intituladas no Brasil como “Sociais”, ou seja, relatos “floridos” (sem atacar ninguém) sobre personagens da alta sociedade, avisos de casamentos, recepções, festas, noivados etc. Também já existiam alguns tipos de “colunas de fofocas”, mas sempre num tom bajulador quanto às pessoas retratadas – os colunistas tinha medo de se indispor com os ricos de então. O que Winchell trouxe de novo? Basicamente ele modernizou a coluna sobre sociedade, publicando pequenas notas sobre a vida privada, e acrescentando aqui e ali um ponto de vista debochado e sarcástico sobre pessoas famosas. Além disso, misturou tudo com escândalos típicos da imprensa sensacionalista, informações não-oficiais sobre mulheres grávidas, divórcios e especulações, rumores e boatos que divertiam seus leitores.

Em 1925, num tempo em que editores da maioria dos jornais se mostravam relutantes em publicar mesmo notícias inofensivas como um nascimento iminente, por medo de ultrapassarem os padrões do bom gosto, Winchell introduziu uma coluna revolucionária que noticiava quem estava namorando quem, quem estava negociando com *gangsters*, quem estaria doente ou morrendo, quem estava passando por dificuldades financeiras, que cônjuges estariam tendo casos fora do casamento, quais casais estariam à beira do divórcio, e dúzias de outros segredos, pecadilhos e imbróglios que haviam antes estado disfarçados da vista do público. Ao fazer isso, ele não só quebrou um longo tabu; ele de repente, e sozinho, expandiu os limites do jornalismo na América (GABLER apud TURNER, 1994, tradução nossa).

Ao romper o tabu existente que se recusava a expor a vida privada de pessoas públicas, Winchell deixou permanentemente alteradas as relações entre jornalismo e celebridade. Abaixo, pode-se ver impacto que foi a entrada em cena da coluna jornalística

de Winchell, no jornal *New York Evening Graphic*, um periódico que “faria os modernos tablóides sensacionalistas parecerem respeitáveis” (WALLS, 2000:253).

Quando a coluna de Winchell apareceu primeiramente em 1920 no diário *New York Evening Graphic*, editores de jornais concorrentes viram o que ela fizera pela circulação do periódico e rapidamente trataram de providenciar suas próprias *gossip columns*. Logo, a maior parte dos jornais no país continha pelo menos uma coluna de fofocas e muitos traziam quatro ou mais. Entre as décadas de 1930 e 1940, estas colunas eram parte integral dos jornais, e os colunistas sociais eram amados e mesmo respeitados pelo público. Ao fim da década de 1940, Winchell alcançou um número estimado de noventa por cento do público americano, entre suas colunas e espetáculos de rádio; e era considerado, fora da política ou religião, o mais poderoso homem da América (WALLS, 2000, tradução nossa).

A fórmula criada por Winchell seria utilizada com sucesso por Hollywood, durante as décadas de 1930 e 1940 - conhecida como a “era de ouro” dos estúdios. Foi ali que produtores cinematográficos seduziram uma infinidade de colunistas sociais com a intenção de garantir maior publicidade para seus filmes e elencos. A máquina publicitária dos estúdios mantinha sob estreita vigilância suas principais estrelas, chegando a controlar grande parte de suas vidas pessoais. Atores homossexuais de repente eram vistos em público com atrizes belíssimas (de quem viravam, nas colunas sociais, “namorados”); atrizes e atores com passado obscuro (passagens por reformatórios, abortos, histórico de drogas e alcoolismo) eram brindados com uma nova biografia, mais “respeitável”. O público lia com avidez (e acreditava) nas colunas de Louella Parsons e Hedda Hopper, as duas colunistas mais famosas de Hollywood. Era simples o “contrato” entre colunistas e o *star system* hollywoodiano: livrando-se de aspectos desabonadores da conduta de suas estrelas, por meio da publicidade gratuita dada por colunistas, os estúdios eliminavam qualquer dano à reputação de seus astros, ou mesmo ao futuro de seus filmes. E os colunistas que faziam parte do esquema sabiam ser gratos: após filmar *Cidadão Kane*, em 1939, inspirado no magnata dos meios de comunicação William Randolph Hearst, o cineasta Orson Welles sofreu uma agressiva campanha contra o lançamento do filme<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> Sobre isso, ver “The battle over Citizen Kane”, documentário produzido em 1996, WGBH Educational Foundation. O filme mostra como Louella Parsons, que escrevia para jornais de Hearst, tentou impedir o lançamento comercial do filme de Orson Welles.

O colunismo, assim, começa a se fortalecer com o crescimento da chamada comunicação de massa e, em particular, com o aumento das tiragens da imprensa escrita. Como observou Anamaria Kovács, em trabalho pioneiro escrito em 1975, a coluna social teria, à princípio, uma dupla função: colocar em evidência os personagens-paradigmas, ou seja, os “olimpianos” conforme a definição de Edgar Morin; e, em segundo lugar, promover através destes personagens – artistas do cinema e do rádio, atletas famosos, políticos de destaque, entre outros – todo um setor da indústria de consumo e de lazer, desde perfume até empresas aéreas (KOVÁCS, 1975). Uma outra vertente seria adicionada a essas, relacionada ao lado psicológico, a qual seria responsável em grande parte pelo sucesso das colunas sociais: a projeção-identificação dos leitores com os personagens das colunas, algo também fartamente utilizado nos folhetins, depois no cinema e mais tarde nas novelas televisivas.

Winchell sabia disso, e estava perfeitamente ciente do poder de fogo de uma coluna social bem escrita. O jornalista morava em Nova York, distante das pressões dos grandes estúdios, e sua coluna, embora eventualmente trouxesse informações sobre o mundo do cinema, não fazia o jogo imposto pelos produtores cinematográficos. A ele interessava as notícias dos poderosos de sua cidade, não só sobre os ricos e famosos, mas também o mundo da política e seu jogo de interesses. Winchell era temido porque sua coluna poderia facilmente manipular a opinião pública a favor ou contra pessoas famosas, alavancando ou derrubando reputações antes tidas como ilibadas. Com isso, sua fama e poder, nas décadas de 1930 e 1940, aumentavam a cada dia, o que levou a surgir um culto à personalidade em torno de sua figura.

O termo *café society*, é claro, também foi criado por um colunista social<sup>8</sup>. Trata-se de um termo anterior a *jet-set* e referia-se um determinado segmento burguês composto de ricos, políticos e pessoas ligadas à indústria do entretenimento que se reuniam em casas noturnas das grandes cidades. Jeannette Walls aponta o *café society* e seus membros como “um mundo exclusivo, um clube informal onde seus membros compartilhavam seu poder e trocavam segredos” (WALLS, op. cit). Aos já citados membros, um grupo específico e perigoso também marcava presença, os *gangsters*, que durante o período conhecido como

---

<sup>8</sup> No caso, a colunista Maury Paul, antecessora de Igor Cassini na coluna Cholly Knickerbocker no *New York Journal American*.

*Prohibition* - a lei seca, que levou à proibição da venda de bebidas alcoólicas nos Estados Unidos – abasteceram sigilosamente os *nightclubs* onde o *café society* se reunia. Winchell conhecia grande parte deles. Era amigo íntimo de Owney Madden, o *gangster* mais poderoso da época da lei seca. Com o fim da lei seca e o desenvolvimento do fotojornalismo, o *café society* se expandiu, e o público foi brindado com imagens de membros daquele clube fechado com seus respectivos pares na noite, como artistas e astros do esporte.

A ascensão do *café society* só fez aumentar o prestígio dos colunistas. A década de 1940 foi retratada por Igor Cassini como “a era de ouro dos colunistas sociais”. Os colunistas estavam entre os mais poderosos jornalistas do país, eram valorizados por seus jornais e seguidos religiosamente por uma multidão de leitores. “Éramos tratados como reis. Estávamos sempre criando expressões novas e lutando bravamente por furos jornalísticos”, lembra Cassini. (ibidem).

Enquanto os colunistas sociais eram respeitados e adquiriam um prestígio e poder difícil de igualar, os demais jornalistas eram obrigados a se ater aos fatos, em busca da objetividade. A era da “guerra” entre os jornais sensacionalistas de Pulitzer e Hearst havia acabado – muito em parte por seus excessos e pressões da burguesia. A grande imprensa, agora também uma grande indústria, queria aumentar seu prestígio e credibilidade. Vem daí a imposição das regras de estilo jornalístico, como o lide e a pirâmide invertida, criados também pelo jornalismo nos Estados Unidos<sup>9</sup>.

Naquela década, um jornalista brasileiro, em visita aos Estados Unidos, tomaria contato com essas técnicas e as levaria depois para o Brasil. Seu nome era Pompeu de Souza, chefe de redação do *Diário Carioca*.

### **O “movimento contrário” dos colunistas sociais no Brasil**

Enquanto nos Estados Unidos, o jornalismo se solidificava como uma grande empresa de comunicação, o cenário brasileiro em fins dos anos 1940, ainda com altos graus de analfabetismo, estava muito atrás. O rádio e a imprensa detinham o monopólio da

---

<sup>9</sup> É interessante constatar que a imposição das regras da objetividade jornalística ganha força nos anos 1920, década em que começa a escalada de Winchell. O Brasil só entrará em contato com estas regras quase vinte anos mais tarde, quando surge no *Diário Carioca* o primeiro lide na imprensa brasileira, ao mesmo tempo em que, no mesmo jornal, a coluna de Jacinto de Thormes encontra o sucesso.



informação. A televisão, hoje a mídia mais poderosa, seria inaugurada em 1950, mas somente em meados da década de 1960 atingiria o status de mídia de massa. Se nos Estados Unidos havia grandes tiragens de costa a costa, no Brasil os jornais de grande circulação eram vespertinos e poucos, concentrados no Rio de Janeiro e São Paulo, o que por si só já era um claro indicador da importância política e econômica dos dois centros. Os incipientes sistemas de comunicações, as deficiências dos correios e as precárias condições das redes e meios de transportes eram fatores que impediam a expansão rápida da comunicação por todo o território nacional (ABREU, 2002).

Quando Pompeu de Souza retornou ao Brasil, o jornalismo nacional ainda estava preso a uma linguagem empolada e pseudo-erudita. O jornalismo de combate e opinião convivía com o jornal popular, centrado no *fait-divers* – o fato insólito ou extraordinário envolvendo situações do cotidiano, como crimes, acidentes etc. -, além da crônica e do folhetim. A política era apresentada com uma linguagem pouco objetiva, com a maioria dos jornais se situando a favor ou contra o governo, uma herança do jornalismo político do século XIX. Esse jornalismo de influência francesa acabaria sendo substituído pelo modelo norte-americano, ou seja, um jornal que privilegia a informação e a notícia, e que separa o comentário da transmissão objetiva e impessoal da informação.

A reforma de redação do *Diário Carioca* teria como principais características o uso do lide (do inglês *lead*), o que tornou obrigatório aos jornalistas iniciar o primeiro parágrafo com o fato principal ou o mais importante de uma série, respondendo o maior número de perguntas relativas ao acontecimento: *o quê?, quem?, onde?, como?, quando? e por quê?*. Além disso, Pompeu queria a incorporação progressiva de usos propostos, na literatura, para aproximar a escrita da fala corrente (Cadernos da Comunicação nº 9, 2003).

Bem mais tarde, o jornalista daria um depoimento explicando como introduziu as novas regras de estilo no *Diário Carioca*, além dos primeiros copidesques num jornal brasileiro:

Eu comecei a reforma do Diário Carioca durante o Carnaval de 1950. Estava de folga na Faculdade de Jornalismo e aproveitei para mudar tudo. Os jornais eram todos redigidos na técnica do “nariz-de-cera”, fazendo especulações puramente subjetivas, especulações filosóficas, uma sublitteratura. Eu me convenci que não dava mais para você escrever para jornal na base do “nariz-de-cera”. O leitor acabava por se transformar num corredor de obstáculos. Ele procura parágrafos para procurar notícia, que estava muitas vezes no “pé” da matéria. Implantei o

*copy desk* e redigi aquilo que os americanos chamam de *study book* e que eu chamei de “Regras de Redação do Diário Carioca”. Inicialmente as reformas causaram um verdadeiro escândalo (...). O que eu pretendia era narrar o acontecimento não mais na ordem cronológica nem na ordem lógica, e sim na ordem psicológica, para que tudo ficasse claro ao leitor. (CADERNOS DE COMUNICAÇÃO Nº 9, apud Mello e Souza, 1986).

Os jornalistas veteranos reagiram mal às mudanças. Muitos ficaram indignados. Pompeu era acusado de estar deformando o jornalismo e a língua, por estar acabando com o verbo, suprimindo os artigos. Porém, não havia como escapar das novas mudanças. Os jornalistas tiveram de se adaptar e quem não aceitava, era trocado por um “foca” escolhido por Pompeu de Souza. Aos poucos, os editoriais foram sendo transferidos para dentro dos jornais - a ordem agora era privilegiar a reportagem e a informação nas primeiras páginas.

Apenas uma categoria de jornalistas não sofreu com as novas técnicas de redação. Eram os cronistas sociais, que agora, tais como seus colegas americanos, gozavam de imenso prestígio junto aos leitores. Segundo Ana Paula Goulart Ribeiro (2007), durante estes anos o colunismo social representou um verdadeiro “movimento contrário” frente às novas técnicas de padronização e impessoalização do texto noticioso, calcadas na objetividade, que buscava a construção do anonimato do redator. Nas colunas, o espaço enunciativo produzia efeito inverso, favorecendo a subjetividade e fortalecendo o nome de seus titulares<sup>10</sup>.

Assim, enquanto velhos homens de imprensa eram substituídos por jovens acostumados à nova ordem do lide e sublide, os colunistas consolidavam seu prestígio no mercado jornalístico. Para o jornalista, assinar uma coluna era ter um espaço nobre na imprensa. Significava adquirir prestígio e notoriedade perante o público e reconhecimento entre seus pares. Ter uma coluna significava, além disso, poder fugir da rigidez dos textos informativos, poder desenvolver o estilo pessoal com uma liberdade que não tinha no noticiário, uma vez que o formato da crônica – gênero em geral adotado nas colunas – era bastante solto.

---

<sup>10</sup> É necessário tomar cuidado com o termo “movimento contrário”, criado pela autora. É claro, ela usa o termo “movimento” não para indicar uma tendência organizada pelos colunistas para se diferenciar das regras da objetividade, mas sim para realçar o caráter subjetivo das colunas sociais. No entanto, a metamorfose das colunas sociais em colunas de variedades, nas décadas posteriores, que levou às colunas a notícia sintética e objetiva, nos faz crer que, também as colunas sociais sofreram influência das novas técnicas jornalísticas, sobretudo a concisão textual, que eram impostas a partir de então.

Segundo Kovács (1975) a coluna possui uma função recreativa, psicoterapêutica, uma tendência a relaxar as tensões e frustrações do homem na sociedade moderna. O texto da coluna social se situa num ambiente de realidade/irrealidade, combinando os personagens-paradigmas (hoje diríamos as “celebridades”) com as ações-sintagmas e levando o leitor, através desta combinação e deste ambiente, a compensar as frustrações da vida real e identificar-se com estes personagens, tanto ao nível do imaginário quanto ao nível do real. No primeiro plano, a projeção leva a um relaxamento das tensões e frustrações da vida real, e, no segundo, a identificação leva a um consumo de produtos industriais e à imitação de comportamentos, moda, linguagem etc, dos personagens-paradigmas. De acordo com Stoetzel, a publicação de fotos informais dos poucos agraciados ali presentes, as anedotas e revelações íntimas presentes nas colunas sociais reconstituem, por substituição, um equivalente das relações primárias. O leitor conhece ou pensa conhecer os homens e mulheres do dia, como se tivesse sido admitido na sua roda (STOETZEL, apud KOVÁCS, 1975).

Para esta imitação de comportamentos obter sucesso, era preciso um contexto favorável, e este chegou na década de 1950. Com o impulso desenvolvimentista aplicado durante o governo de Juscelino Kubitschek, o Brasil passa por um período de modernização. Havia agora todo um mundo festivo, de recepções, coquetéis, bailes e afins para noticiar. Foi o apogeu das colunas sociais, um apogeu e prestígio que começara, em grande parte, pelo sucesso da coluna de Jacinto de Thormes, no *Diário Carioca*.

A grande inovação da coluna escrita por Maneco Muller era o próprio personagem que o acompanharia, a partir de então, pelo resto da vida. Aos olhos do público, Jacinto de Thormes era um homem sofisticado, que aparecia fumando um imponente cachimbo, com ares de lorde inglês, como mostravam as ilustrações e as “fotos oficiais” que ornamentavam sua coluna. E o contexto sócio-político também ajudou na empreitada. A sociedade brasileira após a Segunda Grande Guerra queria se tornar mais cosmopolita, mais influente. O mundo dos sonhos descrito pelos colunistas sociais, inacessível aos leitores comuns, constituía uma porta de entrada, ainda que imaginária, a este universo. Anos depois, ao ser perguntado em entrevista se considerava o seu papel na imprensa importante, Maneco diria que sim, justamente por “não ter se levado a sério”. Isso não o impediu, no entanto, de recheiar suas colunas com informações sobre política, economia, comportamento e também

futebol, uma de suas paixões. “O personagem era uma maneira de me defender, porque o que eu queria era ser escritor. O Rio de Janeiro era capital da República. Comecei a frequentar o Senado e a Câmara dos Deputados, os homens de negócio. Passei a incluir esse mundo dentro das brincadeiras, as coisas mais suaves que eu fazia na coluna” (MORAES NETO, 2004). Depois de Maneco, as velhas colunas que falavam de aniversários, casamentos, bodas, ficaram defasadas. Algo novo tinha surgido na imprensa brasileira. Em poucos meses Jacinto se tornou um personagem do Rio de Janeiro, apontado, citado, comentado.

Segundo Maneco, quando Prudente de Moraes o convidou para escrever a coluna social, “era tudo muito francês – *tout em bleu, tout en rouge*. Eu achava aquilo uma frescura, mas como precisava ganhar dinheiro, não pude recusar”. O personagem Jacinto de Thormes que se destacaria nas colunas escritas por Maneco Muller podia não morar em Paris, como Eça de Queiroz, mas não deixava de constituir numa figura algo exótica e sofisticada (à sua maneira).

[Jacinto de Thormes] confessava-se usuário de um pijama listrado que ficou famoso - sinal de que cultuava a elegância até na hora de dormir. Pronunciava nomes estrangeiros com sotaque britânico. Tinha um cão chamado William Shakespeare Júnior, personagem (real) de suas andanças. O cão chegou a merecer foto de página inteira numa revista de moda, em que aparecia usando um boné que caíria bem numa partida de críquete numa tarde de verão nos arredores de Wimbledon. O fato de criar uma celebridade canina dá a dimensão do poder de fogo de Jacinto de Thormes (MORAES NETO, 2004).

Em meados da década de 1950, o prestígio de Jacinto de Thormes estava no auge. Quando, no final de 1953, *O Cruzeiro*, então a maior revista semanal do país, começou a mudar sua linha editorial, reforçando a coluna da alta sociedade, o maior símbolo das mudanças foi a contratação do jornalista para suas páginas. A contratação de Maneco era uma resposta da revista ao crescimento da concorrente *Manchete*, na qual o colunismo também pontificava, ao lado da excelência gráfica, aspecto em que *O Cruzeiro* ficava muito atrás (CARVALHO, 2001). A reportagem perdeu espaço, e parte dos repórteres da revista - assim como os jornalistas do *Diário Carioca* à época da introdução das técnicas de reportagem -, não gostou. Mas o prestígio de Maneco era então inabalável. Jacinto de Thormes debutou no *Cruzeiro* em matéria de gala, com seu pijama de listras, ao lado de seu

cachorro Willie, ou William Shakespeare Junior. Logo estaria apresentando a famosa lista das dez mais elegantes, um sucesso absoluto que lançara no *Diário Carioca*. E em cores!

Com a lista dos mais elegantes, Maneco criou um modismo que repercutiu em toda a imprensa nacional. Inspirado nos colunistas americanos, o colunista adaptou o conceito para o Rio de Janeiro: a lista dos homens podia incluir tanto o banqueiro Walther Moreira Salles quanto o sambista Ataulfo Alves; a das mulheres às vezes ignorava senhoras que usavam uma única vez vestidos feitos em Paris (CASTRO, 1999). Era uma ironia e uma pequena provocação a membros de uma sociedade em que as senhoras eram citadas ainda com os nomes dos respectivos maridos: Sras. Álvaro Catão, Jorge Guinle, Alberto Proença de Faria, Nelson Mendes Caldeira, Francisco Matarazzo Sobrinho etc. A lista passou a ser publicada em todo o país, em versões adaptadas aos cronistas locais – que, inspirados por Jacinto de Thormes, se multiplicavam pelas províncias. Maneco também criaria em sua coluna o Baile das Debutantes, uma tradição que resiste até hoje em várias partes do país.

O sucesso do colunismo no Rio de Janeiro faria surgir colunas sociais em todos os jornais do país. Mas, no Rio dos anos 40, por ser a capital da República, a repercussão era maior. Nada superava em brilho as notícias que vinham da capital. São Paulo, que na década seguinte já superava o Rio em importância econômica, graças à sua lavoura e à sua indústria nascente, gerou colunistas da qualidade de Tavares de Miranda e Marcelino de Carvalho, que não conseguiram ultrapassar as fronteiras da Grande São Paulo (ZOBARAN & CÂMARA, 1994).

Através da coluna de Jacinto de Thormes, pode-se constatar como a esfera pública do Brasil havia mudado neste começo da segunda metade do século XX<sup>11</sup>. Velhos jornalistas, acostumados a lançar manifestos políticos nas páginas da grande imprensa, agora viam seu público preferir o mundanismo das colunas sociais e suas notícias sobre os ricos e famosos. “A lista das dez mais elegantes era coisa americana, mas as listas americanas não tinham a dimensão que estas ganharam aqui no Brasil. Quando eu saía, as pessoas me paravam na rua para discutir a lista”, diria mais tarde Maneco (MORAES NETO, *ibidem*). Em 1955,

---

<sup>11</sup> Entre os fatores que contribuíram para as mudanças, podemos citar o clima de relativa liberdade de imprensa que se seguiu ao fim da ditadura Vargas – que controlava a maior parte do que saía na imprensa através do DIP. A incipiente industrialização brasileira, quando o país aos poucos perde o caráter agrário e importador para adquirir a feição urbana e industrial. E também a influência cultural dos Estados Unidos após a Segunda Grande Guerra, quando o país da América do Norte passa a ser o modelo de desenvolvimento para a sociedade brasileira.

Maneco possuía um programa na Rádio Mayrink Veiga, onde entrevistava praticamente quem quisesse; escrevia uma coluna sobre futebol no *Jornal dos Sports*; uma coluna sobre sociedade para um jornal de São Paulo e estava em negociações para apresentar em breve um programa de TV. Segundo Marialva Barbosa, a procura por um noticiário apartado da política vinha desde os tempos da repressão no Estado Novo.

Podemos dizer que a proliferação de novos tipos de conteúdo na mídia do período diz respeito à uma exigência do público que procurará cada vez mais na fantasia e na emoção de personagens mitificados a expressão de seu rosto silenciado. Ao se ver apartado da discussão política, mostrará a sua face nas colunas que enfocam o entretenimento e nas notícias que envolvem os dramas do cotidiano. (BARBOSA, 2007:108)

Embora constituíssem a matéria-prima de suas colunas, Maneco não tinha muita paciência para os ricos e deslumbrados que, por dever de ofício, era obrigado a conviver na pele de Jacinto de Thormes, em ambientes como o Country, em Ipanema, as boates mais famosas e o Copacabana Palace. Era um homem que cultuava a elegância e cultura, e quando descrevia uma festa, dizia o essencial e resumia as roupas, as jóias e o bufê numa única frase, “Depois eu conto” – que acabava não contando. Este, entre outros bordões, como classificar sempre os personagens da coluna como gente devidamente “bem”, ou a mania de realçar os sobrenomes dos colunáveis – “Jorginho, que também é Guinle” -, foi a centelha de um estilo mais tarde copiado por diversos colunistas em todo o Brasil.

### **Decadência e ostracismo: o cavalheiro e o canalha**

Na entrevista que concedeu ao jornalista Geneton Moraes Neto, pouco antes de morrer, em 2005, Maneco Muller confirmou a influência do colunismo americano sobre seu estilo, que acabaria mudando a face da imprensa brasileira. E comparou o colunismo brasileiro com o norte-americano.

Eu lia sobretudo o New York Times e o Washington Post e – de vez em quando – os jornais de Los Angeles, porque traziam a cobertura de cinema. As colunas que me influenciaram eram publicadas por esses jornais. Mas eu não podia fazer igual. Tinha de adaptar. Porque nos Estados Unidos havia colunistas que tinham um poder terrível: derrubavam fábricas, derrubavam shows, derrubavam pessoas. Aqui, fiz

então a brincadeira de inventar Jacinto de Thormes. As colunas americanas já tinham o formato de notas sincopadas. Devo dizer que o Rio de Janeiro tinha uma personalidade. Se estivessem no Rio, aqueles colunistas não escreveriam como escreviam nos Estados Unidos. O Rio era uma das cidades mais divertidas do mundo, como disse a revista *Time*. A cidade tinha, além da praia, os cassinos, os grandes shows e um lado que faço questão de citar: a cultura. Basta lembrar que Getúlio Vargas convidou Gustavo Capanema para ser ministro da Educação e Cultura. Capanema simplesmente pediu a Carlos Drummond de Andrade que fosse chefe de gabinete. O Modernismo – que foi paulista - veio explodir no Rio. Todos os grandes escritores, os Portinari, os Villa-Lobos, não apenas atuavam no Rio: a gente convivia com eles. É a diferença. Não era o intelectual lá e o social aqui. Evidentemente, havia na sociedade coisas fúteis. Mas eles participavam das revistas, havia o costume de todos irem ao Municipal para ver balé, assistir a ópera.

Entre os colunistas americanos poderosos o suficiente para derrubar adversários estava Walter Winchell. E um homem nos Estados Unidos sabia perfeitamente disso: o presidente Franklin D. Roosevelt. Com a Segunda Guerra em curso, o presidente convidou Winchell à Casa Branca, onde o colunista foi estimulado a atacar Hitler, que àquela altura começava a preocupar seriamente as forças aliadas. Então, ao final dos anos 1930, o judeu Walter Winchell foi dos primeiros colunistas de renome a criticar Adolf Hitler e o nazismo, num tempo em que os Estados Unidos ainda estavam divididos sobre quem apoiar e quando organizações pró-fascistas e pró-nazistas faziam barulho na América, como a *German-American Bund*. Winchell era então visto por analistas como um jornalista de tendências esquerdistas, pró-Roosevelt, que apoiava o trabalhismo e o partido democrata.

A situação começou a mudar no decorrer da Segunda Guerra Mundial, quando Winchell passou a escrever duramente contra o comunismo. Ao final do conflito, o colunista se mostrava simpático a organizações conservadoras ligadas à direita. Quando queria atacar algum político ou desafeto, acusava-o em sua coluna de ser simpatizante do comunismo.

Na década de 1950, ainda um colunista bastante influente, Winchell apoiou as atividades do senador Joseph McCarthy, que a pretexto de combater o comunismo e o “anti-americanismo”, deu início a um período de perseguição política a artistas, funcionários do governo, jornalistas, políticos etc. Centenas de cidadãos acima de qualquer suspeita foram levados à interrogatório na Suprema Corte americana, onde eram

submetidos a táticas agressivas de intimidação pelos homens de McCarthy. Milhares perderam o emprego, enquanto outros, como artistas e jornalistas, eram colocados na “lista negra” do Congresso. Mais tarde, quando o governo julgou inconstitucionais muitas das táticas usadas pelo senador, grande parte dos acusados já tinha a carreira destruída.

No momento em que este período, conhecido hoje como *macartismo*, começou a ruir, o colunista começou também a perder sua credibilidade. O povo americano, cansado das perseguições políticas, não queria mais dar ouvidos a um homem que apoiara intensamente McCarthy. A cenário sócio-cultural também havia mudado: o surgimento da televisão e o fim de *nightclubs* como o Stork Club e Copa abalaram o mundo glamouroso que era a principal fonte de notícias do colunista. Winchell nunca mais desfrutaria de seu poder – o outrora “homem mais poderoso da América” começava ali sua decadência irreversível.

Enquanto isso, no Brasil dos anos 1950, Jacinto de Thormes continuava ele próprio uma celebridade. Em todo o país proliferavam colunistas sociais, imitadores do estilo inventado por Maneco Muller. Quando saiu do *Diário Carioca* para a revista *O Cruzeiro*, então a maior publicação semanal da América Latina, a equipe do *Diário* teve que redobrar seus esforços para não perder tantos leitores após a saída de uma de suas maiores estrelas. O jornalista Mauro Valverde, sob a alcunha de Jean Pouchard, assumiu a coluna social. Não satisfeito, o jornal criou um suplemento inteiramente dedicado ao colunismo: a *Revista da Sociedade*, que circulava aos domingos e contava com correspondentes em vários estados.

Atuando em *O Cruzeiro*, Maneco não se restringiu à alta sociedade. Enviado aos Estados Unidos, conheceu e entrevistou figuras célebres como Truman Capote, Tennessee Williams e Salvador Dali. No entanto, no começo da década de 1960, Maneco decidiu que a elegância já não estava mais presente nas festas em que comparecia e tomou uma decisão drástica: no auge, abandonou os grandes salões que por quase duas décadas foram seu território.

Assim, em 1962, Maneco Muller deixa o colunismo e vai para a *Última Hora*, jornal de Samuel Wainer. Jacinto de Thormes havia se transformado em cronista esportivo. E nunca mais atuaria como colunista social.



Quanto a Winchell, o público que lhe rendera tanta atenção no passado parecia tê-lo esquecido. Após uma disputa com executivos da rede de televisão ABC, Winchell perde seu programa semanal na TV em 1955. Cinco anos mais tarde, uma nova tentativa de programa televisivo resultou num fracasso – Winchell teve seu programa de comentários cancelado após apenas seis apresentações. Um golpe para quem duas décadas antes chegara a ter uma audiência de noventa milhões de ouvintes no rádio. Os leitores de sua coluna jornalística diminuía a cada dia, ao passo que suas notas sobre sociedade e políticos, antes explosivas, não repercutiam mais. Quando, em 1963, o jornal que acolhera sua coluna por 34 anos, o *New York Daily Mirror*, fechou suas portas, Winchell foi esquecido pela opinião pública. O último trabalho do jornalista a merecer algum crédito foi seu papel como narrador da série televisiva *Os intocáveis*.

Fora da mídia, Winchell viu-se solitário e quase sem amigos. Sua coluna, que tanto poder lhe conferiu, também foi responsável pela sua solidão anos mais tarde. Por grande parte de sua carreira, o contrato que assinava com jornais ou rádios tinha uma cláusula que obrigava seus contratantes a reembolsá-lo por quaisquer danos ou perda judicial que o colunista obtivesse, ainda que fosse processado por calúnia ou difamação. Quando alertavam-no pelos problemas que teria em invadir a vida privada de seus acusados, ele respondia, “Eu sei, eu sou um canalha”.

Nos últimos anos, Winchell passou como um recluso, esquecido, em um hotel de Los Angeles. Estava triste. Segundo Larry King, o jornalista hoje famoso que o substituiu no jornal *Miami Herald*, Winchell passou seus últimos dias mimeografando cópias de sua coluna e entregando-as pelo corredor do hotel a quem passasse. Quando morreu, aos 74 anos, apenas uma pessoa - sua filha - compareceu ao enterro.

Maneco também seria aos poucos esquecido, mas foi um ostracismo articulado pelo próprio. Depois de alguns anos atuando como comentarista esportivo, o jornalista achou que era hora de retirar de cena o personagem Jacinto de Thormes, que o acompanhara por toda a carreira, e então abandonou os jornais. Aposentado, Manuel Antonio Bernardez Müller passou seus últimos anos retirado, afastado de tudo, isolado do convívio com a sociedade que retratara e que lhe dera fama. Morava na casa de sua ex-mulher e grande amiga, Gilda, que o acolhera. Saía pouquíssimo, apenas em ocasiões especiais. Não gostava de falar muito sobre a alta sociedade, e sentia-se mais feliz ao comentar sobre futebol.

Quando morreu, aos 82 anos, não mereceu grandes obituários por parte da imprensa. Mas seus amigos acompanharam-no até o fim. O escritor Ignácio de Loyola Brandão, um dos poucos a lembrá-lo à época de seu falecimento<sup>11</sup>, contou da admiração que sua mulher teve ao conhecer Maneco Muller: “um ser raro dos dias de hoje, educado, cortês e cavalheiro, coisas que desapareceram”.

As novas gerações não conhecem Maneco Muller. Tampouco Walter Winchell. Basta, contudo, uma olhada breve nas colunas de notas da grande imprensa, ou deter-se um pouco mais sobre revistas que investem no dia a dia de celebridades, para constatar que o legado dos dois jornalistas continua presente no jornalismo contemporâneo. Ao investirem nas notas sobre ricos e famosos, os dois colunistas conheceram a fama, estiveram próximos ao poder e experimentaram o ostracismo. Tornaram-se celebridades em seus países. Invejados, admirados, odiados e copiados, foram responsáveis por mudanças jornalísticas que até hoje perduram.

\*\*\*

Após a Segunda Guerra Mundial, como vimos, o jornalismo brasileiro aos poucos abandonou a influência francesa para abraçar as técnicas norte-americanas de linguagem jornalística. Uma prática que estaria consolidada já nos anos 1950. O colunismo social brasileiro, adaptado de nomes como Walter Winchell por Maneco Muller, também se beneficiou com esta nova influência. Com a política de substituição de importações do governo Dutra (1946-1950), produtos como o cadillac rabo-de-peixe, a meia de náilon, o uísque e a champanhe sustentaram a ostentação de riqueza nas grandes recepções ou em boates e tornaram-se elementos estéticos que, discursivamente celebrados por colunistas, ajudaram a construir a mitologia do *grand monde*. Durante anos as colunas sociais continuariam num apogeu que parecia não ter fim. Um apogeu que seguiria intacto até o ano de 1964, com a instauração da ditadura militar no Brasil.

---

<sup>11</sup> “Saudades de Maneco Muller”, *O Estado de São Paulo*, 16 de dezembro de 2005.

## Capítulo 2

### **Colunas sociais e Ditadura Militar: Entre o mundo fictício da alta sociedade e os bastidores da política e economia**

*Assim, meio sem querer, um determinado tipo de notícia política começou a “vazar” para o espaço pouco vigiado das colunas sociais, na forma tradicional de pequenas notas, leves na forma, aparentemente sem muita substância.*

*Murilo César Ramos*

Durante a ditadura militar, o jornalismo brasileiro atravessou um período marcado por turbulências. Grande parte da imprensa brasileira apoiou o golpe militar conflagrado a 31 de março de 1964 – as empresas que controlavam os maiores jornais do país preocupavam-se com o risco do “estatismo” na economia, com as restrições à entrada do capital estrangeiro, além do “perigo comunista”, de deixar o país nas mãos de “subversivos”. Desde o fim do Estado Novo, ao final do primeiro governo Vargas, os jornais estavam acostumados a trabalhar com relativa liberdade de expressão, uma liberdade que se manteve mesmo nos primeiros anos do regime militar. Porém, aos poucos o regime começou a mostrar sua verdadeira face, com repressão política, cassação de parlamentares de oposição, perseguição a integrantes de grupos de esquerda, diminuição das liberdades individuais etc. Além disso, com o endurecimento do regime, alguns jornais seriam obrigados agora a conviver com a censura prévia aos meios de comunicação. Isso implicava integrantes do governo nas redações, perseguição a quem publicasse notícias “contrárias ao regime, à moral e aos bons costumes”, além do corte de verbas publicitárias aos jornais que ousavam manter uma independência editorial. Em pouco tempo a imprensa que apoiara o golpe começou a se distanciar do governo e denunciar as arbitrariedades que estavam sendo cometidas (ABREU, 2002). O governo punia os jornais mais “rebeldes” com o corte de verbas publicitárias, o que resultou na falência e desaparecimento de vários periódicos. Muitos veículos da mídia impressa, para não desagradar aos novos donos do poder, apressaram-se a se alinhar às novas rotinas de controle da informação.

Quanto aos colunistas sociais, seu papel também mudara desde o apogeu nos anos 1950. Durante a presidência de Juscelino Kubitschek, com o estímulo à indústria e ao desenvolvimentismo, o Brasil passou por uma onda de euforia a permear toda a sociedade. “Cinquenta anos em cinco” era um dos slogans do governo JK, e a burguesia nativa soube se aproveitar do que era oferecido. Surgiam novas fortunas, as antigas se solidificavam e se modernizavam por meio de associações com multinacionais que aportavam seus capitais no Brasil. Havia então todo um mundo festivo, bonito e alegre para noticiar. Festas suntuosas eram descritas em seus mínimos detalhes, do canapé à decoração; e as colunas ainda arbitravam a elegância de seus personagens, quando a lista anual das pessoas mais elegantes repercutia fortemente entre os leitores (ZOBARAN & CÂMARA, 1994:103).

Durante os anos 1960, a ditadura militar chegou para por fim aos chamados “anos dourados” e instituir a repressão política. O deslumbre da sociedade mais alfabetizada dera lugar à conscientização política. O mundanismo e a frivolidade, características marcantes das antigas colunas sociais, apesar de continuarem presentes nos espaços dos colunistas, tiveram seu espaço reduzido. A riqueza, o luxo e a ostentação – agora vistos por muitos como sinal de mau gosto – não frequentariam mais as colunas com a desenvoltura de antes. Colunistas sociais, durante os anos 1970 – no auge da repressão política, tiveram então de se reinventar para manter seus espaços jornalísticos. Esse processo seria concomitante à modernização da imprensa e o aumento da tiragem dos jornais para além de seus estados de origem.

As colunas mudaram por uma questão de sobrevivência e adaptação. Os jornais deixaram de circular apenas no perímetro urbano de origem; evoluíram e ganharam novos mercados, aproximando-se muito do conceito de veículos nacionais graças à aviação comercial. Nas primeiras horas da manhã, os aviões que partem do Rio de Janeiro e São Paulo levam em seus bagageiros um bom estoque dos principais jornais editados nessas cidades. Em Brasília, jornais como a *Folha de São Paulo*, *O Globo* e *o Jornal do Brasil* tinham nos anos 70 maior circulação que os jornais locais, devido à ampla cobertura que faziam dos fatos envolvendo a nova capital (ZOBARAN & CÂMARA, *ibidem*). Para atender a esse novo contingente de leitores fora dos grandes centros, as colunas deixaram de ser locais e sociais, ampliando o leque de assuntos abordados e o número de centros geradores de notícias (*ibid*).

Os colunistas mais populares passaram a ter seus espaços reproduzidos em jornais de todas as regiões, ampliando consideravelmente o leque de leitores. Começaram a se preocupar, então, com assuntos de caráter mais nacional, cuja abrangência poderia satisfazer tanto ao leitor do sudeste como aqueles das outras regiões do país.

O lado mais ameno e informal das colunas não deixava de ser, em plena época repressiva e perseguição política, uma vantagem. Por serem consideradas não só dentro do meio jornalístico, mas também pelos militares como um gênero “fútil”, colunistas de renome, embora estivessem desde sempre com suas colunas entre as seções mais lidas dos jornais, não tinham seus textos vigiados pelos censores com o mesmo rigor daquelas notícias reservadas aos primeiros cadernos, chamadas “hard news”, ou seja, relacionadas aos assuntos políticos e econômicos, temas à princípio mais importantes e “sérios” que aqueles reservados às colunas sociais. Foi esta relativa liberdade durante os anos de chumbo que permitiu a alguns colunistas trânsito livre não só dentro dos grandes salões de festas, mas também aos bastidores do regime militar. Pouco a pouco as colunas receberiam informações sobre esse meio: notas que não teriam espaço nos primeiros cadernos, misturadas – ainda que muitas vezes de maneira cifrada – às notícias da alta sociedade, com informações preciosas sobre os bastidores da política. Que fatores ajudaram para que este processo acontecesse e como ele ajudou a “mudar o rosto” das colunas sociais é o que propõe este capítulo.

### **A imprensa brasileira nos anos 1960 e o prestígio dos colunistas**

Colunistas, não só aqueles que se ocupavam das colunas sociais, mas também de outros assuntos, eram presença certa em todos os grandes jornais brasileiros nas décadas de 1950 e 1960. O desenvolvimento do colunismo no Brasil deve-se em parte ao jornalista Samuel Wainer, e suas inovações com o jornal *Última Hora*. Wainer teve dificuldades de recrutar jornalistas à época da criação do jornal, em 1951, logo após a volta de Getúlio Vargas ao poder. Muitos jornalistas que haviam sofrido perseguições durante o Estado Novo se recusaram a integrar a redação, com receio de serem identificados ideologicamente com o ex-ditador. A solução encontrada por Wainer foi oferecer a esses jornalistas colunas

assinadas, a exemplo do que já fazia o *Diário Carioca*, nas quais teriam liberdade de opinar.

O colunismo tinha desaparecido dos jornais durante o período de censura getulista e as primeiras colunas [na *Última Hora*] despertaram o interesse do leitor. Com o tempo, o jornal se especializou, incorporando um amplo leque de interesse em suas colunas, todas assinadas. O jornal era um verdadeiro “caleidoscópio”, nas palavras de seu diretor, Paulo Silveira, estabelecendo “corredores de comunicação” com os mais variados setores da opinião pública. Havia muitas crônicas de costumes, assinadas por Nelson Rodrigues e Antonio Maria, entre outros. Colunas especializadas em política nacional e política internacional dividiam espaço com textos de intelectuais e jornalistas que escreviam sobre cinema, literatura, teatro, música popular e televisão. Sociólogos e economistas foram aproveitados como colunistas, inaugurando uma nova modalidade de jornalismo, analítica e conjuntural. O colunismo social e os esportes, assim como a cobertura dos casos policiais e dos problemas da cidade, não foram esquecidos. (MORAES, 2004)

Como vimos no primeiro capítulo, Maneco Muller se aproveitou desta maré propícia aos colunistas para criar com sucesso a primeira moderna coluna social brasileira, por meio de seu personagem Jacinto de Thormes. No início dos anos 50, os jornais que buscavam se modernizar procuravam ser mais informativos e menos partidários. O famoso “artigo de fundo”, como era chamado o editorial, antes publicado na primeira página, sempre com a intenção de marcar a posição política do jornal, passou aos poucos para o interior dos periódicos.

Ainda antes de 1964, os jornais passaram por processos de modernização gráfica e seguiram aprendendo a lidar com as mudanças em seu público, que se tornava cada vez mais diversificado. As colunas temáticas, portanto, seriam fundamentais para o sucesso entre o público, já que permitiam uma economia de recursos e a fixação do leitor (MORAES, *ibid*).

Editores como Pompeu de Souza sabiam que o jornal moderno, para se consolidar como uma empresa sólida, deveria investir mais em informação e também em entretenimento. Este fator, impulsionado pela ascensão de uma recente indústria cultural brasileira (representada em sua maioria pelos artistas da Rádio Nacional e algumas revistas de fofocas) encontrou um terreno fértil nas colunas sociais. Após duas grandes guerras mundiais e uma ditadura nacional, os leitores queriam ler assuntos mais amenos, como o

dia-a-dia glamuroso dos representantes da alta sociedade carioca. E também acompanhar as reflexões de um novo contingente de cronistas que chegavam à cidade.

O Rio de Janeiro seria a cidade a receber durante as décadas de 1930, 1940 e até 1950 a migração de escritores mineiros, capixabas e demais regiões do Brasil, que ajudariam a tornar decisiva a afirmação da crônica no cenário mundano da cidade carioca (DIAS, 1995). Nomes como Rubem Braga, Fernando Sabino e Paulo Mendes Campos assinaram diversas crônicas em jornais diários, ajudando a diminuir com seu tom leve e ameno – porém sofisticado – a sisudez do texto jornalístico de então.

Nos anos 1960, um colunista e cronista que já havia se inspirado em Jacinto de Thormes utilizou sua coluna para satirizar o regime militar: Sérgio Porto. Primeiro, Sérgio parodiou Maneco e sua famosa lista das dez mais elegantes: o cronista, através do pseudônimo Stanislaw Ponte Preta, criou as “Certinhas do Lalau”, ou “as dez mais bem despidas”, em contraste com o slogan “as dez mais bem vestidas”. Depois, Stanislaw usaria a coluna “Fofocalizando” para, ainda no *Última Hora*, ironizar, ao estilo das notas curtas da coluna social, as frases de louvor à “revolução” de 1964 e os pronunciamentos das autoridades militares (rebatizadas de “otoridades” em seu discurso) do novo regime. Seu estilo, irônico, mordaz, sem tomar partido do discurso ideológico da esquerda ou direita, ressaltava o humor (este mais que tudo) para ridicularizar os novos tempos, e que culminaria na série de livros intitulados *Febeapá – festival de besteiras que assolam o país*. Humor e ironia, qualidades presentes nas colunas sociais mais perspicazes, e que já eram usados com malícia por Maneco Muller nos comentários sobre política e economia, embora ainda bem sutilmente. Aliás, colunistas sociais famosos como Ibrahim Sued eram alvos constantes da ironia de Stanislaw. Quando Sued publicou em sua coluna que a casa de Ruy Barbosa, “em Petrópolis”, estava caindo aos pedaços, Stanislaw comentou em sua coluna: “Só pode estar caindo mesmo, afinal, para ser transportada da Bahia até Petrópolis...” Voltaremos a Ibrahim mais adiante.

Sérgio Porto fazia parte de um conjunto de intelectuais que escreviam simultaneamente em vários meios de comunicação e que, muitas vezes sem o perceberem, estavam construindo uma nova linguagem – sintética, metafórica, leve e bem humorada – própria para os veículos de comunicação que, àquela época, meados dos anos 1960, se tornavam no Brasil meios efetivamente de massa, como o jornal, o rádio, o cinema e a

televisão. Em uma época que se apresentava cerceada de restrições à liberdade de expressão e a democracia, o perfil de Stanislaw aliava-se a um projeto literário e ideológico partilhado por outros escritores, pois estas eram as características da produção artística naquele momento histórico. O engajamento, a linguagem cifrada, o teor de defesa do regime democrático moldavam a produção artística (MORAES, *ibidem*).

Sobretudo depois de 1945, com o término do Estado Novo, até o período 1964-1968, o país vivencia a primavera de uma esfera pública literária e política em que intelectuais de variado porte e formação dedicam-se a uma febril discussão sobre os destinos do país. O Rio de Janeiro é, então, o coração do Brasil. (...) A natureza exuberante aliada a um histórico cosmopolitismo, pela própria condição de capital até 1961, fazem do Rio a grande Meca do Brasil. Para ela ocorrem peregrinos de todas as estirpes: políticos, trabalhadores, em busca de mercado, milionários à cata de prestígio e, evidentemente, letrados candidatos a um lugar ao sol, na estreita faixa de areia na intelectualidade do país (DIAS, *idem*)

\*\*\*

Embora não primassem pelo engajamento ao estilo dos jornalistas de outros setores, não há dúvidas que o estilo ferino também estava presente nos espaços das colunas sociais. Nas décadas de 1950 e 1960 eram poucos os colunistas que ousavam sair dos ambientes fictícios dos grandes salões da sociedade para publicar notas sobre política e economia. No Rio de Janeiro, Ibrahim Sued foi um deles.

Seu primeiro papel dentro de uma redação foi como repórter-fotográfico, passando depois para a crônica social. Como fotógrafo, conseguiu romper o cordão do anonimato ao registrar um flagrante inusitado: o cumprimento do político Otávio Mangabeira ao general norte-americano Eisenhower, que acabava de comandar as tropas aliadas. Estávamos no fim da Segunda Guerra, em 1946. A foto de Ibrahim dava a impressão de que Mangabeira beijava a mão do general, o que provocou uma crise no Congresso. Deste modo, agora conhecido, Ibrahim é convidado pelo jornal *A Vanguarda*, já como colunista social. Depois, passará pela revista *Manchete*, o jornal *Diário Carioca*, até estacionar em *O Globo*, onde ficará – com uma breve interrupção em 1964, quando transferiu-se para o *Diário de Notícias* –, até sua morte, em 1995.



Em 1954, inaugura sua coluna em *O Globo*, sob o nome de “Reportagem social de Ibrahim Sued”. Ali, o jornalista destacou-se desde o começo, por seu estilo “pessoal, franco e agressivo” (TRAVANCAS, 2000). “Seu texto apresenta notas curtas e diretas, mesclando informações sobre a vida mundana com notícias sobre política e economia ou eventos internacionais” (idem). No livro *Ibrahim Sued - Em sociedade tudo se sabe*, organizado pela filha Isabel Sued - uma coletânea das mais de 15 mil notas escritas pelo colunista em quatro décadas de profissão -, é possível verificar que os primeiros textos escritos pelo pai eram crônicas mais longas, e à medida que o tempo ia passando, a coluna foi adquirindo um perfil mais sintético<sup>1</sup>. “Com o tempo, ele foi buscar o furo e a notícia curta”. (SUED, apud LIMA, 2001).

Descendente de árabes, Ibrahim teve sua coluna apelidada por jornalistas que trabalharam ali – Ricardo Boechat, Elio Gaspari, entre outros – como “Escola Turco de Jornalismo”. Segundo Boechat, o colunista gostava de ser repórter e sua coluna produzia “informação curta, direta, informativa por excelência, muitas vezes agressiva, quase sempre anti-romântica” (apud TRAVANCAS, 2000). Elio Gaspari sustenta que Ibrahim seguiu a metamorfose iniciada por Walter Winchell nos Estados Unidos, adicionando à crônica da boa vida do andar de cima a agenda dos negócios e das tramas políticas que nele se desenrolam (SUED, op. cit).

Ibrahim, assim como outros colunistas de renome nos anos 1960 e 70, como Zózimo, também no Rio, e Tavares Miranda, em São Paulo, estava longe do engajamento em prol do regime democrático representado por escritores-jornalistas como Sérgio Porto. Razão pela qual as colunas eram tachadas de “alienadas” e mesmo apoiadoras do regime de exceção. Grande parte do prestígio dos colunistas sociais durante o regime pode ser explicado pelo caráter mundano das notas sobre sociedade – interessava aos militares aquele tipo de jornalismo aparentemente acrítico, no qual o *glamour* dos grandes salões parecia mais importante dos que os caminhos da política e da economia. De fato, colunistas passaram, em alguns jornais, a exercer o papel de interlocutores das empresas jornalísticas junto aos militares.

---

<sup>1</sup> Em 1969, ao ser entrevistado para o primeiro número de *O Pasquim*, o colunista diria: “Eu acho que minha coluna foi bem aceita por se tratar de um gênero novo introduzido na imprensa brasileira: a fase da notícia sintética”. Ver “O Pasquim: Antologia, Volume 1, 1969-1971”.

Um episódio narrado pelo jornalista Flávio Tavares serve como exemplo do prestígio que os colunistas sociais tinham com o poder. Em abril de 1962, o então presidente da república João Goulart retornava de viagem aos Estados Unidos, com o país ainda sacudido pelos ecos da “Campanha da Legalidade”, que impediu o golpe militar e permitiu-lhe assumir a presidência. Ainda na pista do aeroporto de sua fazenda à beira do rio Uruguai, ele ouviu uma dura reclamação de um dos jornalistas presentes<sup>2</sup>: “Muito obrigado, Presidente, por não haver convidado para a viagem aos Estados Unidos nenhum dos que expuseram a vida para defender sua posse, enquanto levava até o Ibrahim Sued e outros jornalistas de fofocas!”. Tavares, que estava presente ao encontro, não deixou de registrar o desconcerto do presidente com a pergunta maledicente.

Fofocas sobre as festas da chamada “alta sociedade” sempre foram um rico manancial para colunistas sociais, mas Ibrahim também buscava em sua coluna algo mais que a mera descrição de festas e conselhos de etiqueta. Este contato com os novos donos do poder propiciou a ele relatar em primeira mão notas sobre os bastidores da política. O colunista estava aos poucos inserindo mudanças neste tipo de jornalismo, que funcionaria psicologicamente como “câmara de eco” dos rumores que circulam na sociedade (MELO, 1994). Vejamos esta nota de março de 1964, pouco tempo antes do golpe militar. O colunista abandona a frivolidade típica dos registros sociais para demonstrar o clima político que antecedia a tomada de poder<sup>3</sup>.

**Para onde vamos?**

Cada dia mais sombrio o destino político do país. Os boatos são os mais alarmantes e a rebeldia já se manifesta até nas tropas, em virtude das agitações provocadas por algumas patentes militares e políticas (uma pequena minoria) que insuflam praças e sargentos.

Com a tomada de poder pelos militares, Ibrahim fez questão de marcar posição – como toda a grande imprensa –, a favor dos generais. Anti-comunista ferrenho, o colunista não tardaria a dar um voto de confiança ao novo regime.

---

<sup>2</sup> Hamilton Chaves era o jornalista, segundo o livro “O dia em que Getúlio matou Allende – e outras novelas do poder”, Flávio Tavares.

<sup>3</sup> No livro de Isabel Sued do qual foram escolhidas as notas sobre Ibrahim, não constam as datas específicas de cada nota. A autora optou por organizá-las por épocas. Nas notas de outros colunistas, busquei sempre trazer para o leitor a data das notas.

**Confiança**

Com a vitória da revolução democrática que esmagou o comunismo no país, o Brasil conquistou no exterior um crédito que poderá significar em investimentos, entre o capital americano e alemão, meio bilhão de dólares em apenas um ano.

Algun tempo depois, quando o regime começa a mostrar sua verdadeira face, cassando políticos, perseguindo adversários, entre outros arbítrios, o colunista parece mudar de idéia. A “revolução democrática” da nota anterior ostenta outro nome.

**Ditadura, sim**

Meus amigos, estamos em plena ditadura. Ditadura, sim. Ontem, o ministro não sabia de nada. Os assessores do presidente também não sabiam. Ninguém sabia de nada. E, pum! Saiu uma nova lista... Todos vocês sabem que sou a favor das punições. Acho que os culpados devem ser punidos. Acho que o expurgo deve ser feito. Mas não dessa forma. Semanalmente, sem o direito humano de defesa. Assim, não! Assim, é ditadura mesmo! Ditadura no duro.

Contraditoriamente, após criticar o regime, o colunista buscava o elogio. Amigo pessoal do presidente Arthur da Costa e Silva, a quem chamava em suas notas de “Seu Arthur”, Ibrahim não demorava a afagar o que antes criticava: “Ora, afirmar que no Brasil há ditadura é a maior injustiça que se pode fazer a um presidente liberal e democrata, como “Seu” Arthur. São os comunistóides que pretendem impor essa imagem no exterior. Nunca no Brasil gozou-se de tanta liberdade” (SUED, 2001).

A obsessão anticomunista de Ibrahim era reflexo de um dirigismo conservador e muito bem explorado pelas elites do poder desde os anos 50. O anticomunismo da roda do pensamento conservador era uma mistura de medo real com uma espécie de industrialização do pavor, a fim de permitir que bandeiras simplesmente libertárias ou reformistas fossem confundidas com o “perigo vermelho”. No centro da questão, no Brasil, estavam as incertezas do regime de 1946 e sua crise, provocada pela difícil convivência entre o sufrágio universal e a questão social projetada sobre o funcionamento do Estado (GASPARI, 2002). Ibrahim, politicamente conservador, não hesitava em atacar os “comunistas históricos” que, em seu entender, incomodavam a vida política brasileira.

Esse mesmo estilo conservador faria com que o colunista tivesse acesso aos altos círculos das patentes militares, enquanto jornalistas da editoria de política estavam fora.

Sua amizade estreita com “Seu Arthur” propiciou revelar em primeira mão a notícia de que o general Emílio Garrastazu Médici seria o próximo presidente da república, na sucessão do general Costa e Silva.

A realidade era que o microuniverso dos colunáveis pesava mais nas esferas do poder constituído do que o fervor político dos jornalistas. E o prestígio do “turco” se manteve inabalado: durante o regime militar, ao qual o colunista aderiu prontamente, eram numerosas as suas altas fontes informativas, levando-se principalmente em consideração o seu trânsito junto ao general Costa e Silva (SODRÉ & PAIVA, 2004).

A colunista Anna Ramalho, do *Jornal do Brasil*, que trabalhou durante a ditadura na coluna de Carlos Swann, do *Globo*, ressalta que durante o período de maior repressão, era difícil catar notas informativas para a coluna, tendo os colunistas que se abster às notas mais sociais. A exceção, segundo ela, era Ibrahim.

Era realmente um problema. Havia certos assuntos que não poderiam ser noticiados<sup>4</sup>. Os colunistas realmente tinham um pouco mais de liberdade que os jornalistas da área de política, mas também eram vigiados. No caso da coluna do Swann, que é o que eu posso falar mais, os nossos informantes eram geralmente da área cultural, que também estavam com seus torniquetes lá. Era muita nota da imprensa estrangeira, mas muita mesmo. Porque naquela época não havia internet. Então você não sabia exatamente o que a Jennifer Aniston estava fazendo. Hoje você clica o mouse e sabe o que ela está fazendo, que filme, com quem está namorando, o que vestiu semana passada etc. [Na época] chegavam muitas revistas importadas, tipo *Paris Match*, para gente, para saber o que estava acontecendo no mundo. E também noticiávamos as coisas daqui – os jantares, os casamentos, as corridas do Jockey. Era uma coisa, devido à repressão, bem *society* mesmo.

O Ibrahim era diferente, porque ele tinha uma relação pessoal com os militares. Ele tinha uma linha direta (e eu digo que a linha direta é tudo). Depois, na época da abertura, outros colunistas, como a Hilde começaram a ter mais informações diretas do poder. Mas na época pior da repressão o Ibrahim era um dos únicos. Nós, no Swann, não tínhamos essa linha direta. Ficávamos então mais no social mesmo (2008, entrevista ao autor).

---

<sup>4</sup> A colunista se refere às chamadas “listas de interdição”, ou seja, o regime proibia certos assuntos de serem noticiados na grande imprensa.

O jornal de maior concorrência ao *Globo* durante os anos de chumbo era o *Jornal do Brasil*, onde pontificava o colunista Zózimo Barrozo do Amaral, ou simplesmente Zózimo.

Zózimo começou em *O Globo* em 1963, como repórter de geral. Em 1964, foi convidado por Álvaro Americano<sup>5</sup>, titular da coluna social do jornal, para assessorá-lo. Álvaro fora chamado às pressas para assumir a coluna social do jornal, no lugar de Ibrahim Sued, que aceitara um convite do *Diário de Notícias*. Sugeriu-se que a coluna se chamasse Vitor Swann, numa alusão ao personagem proustiano Charles Swann. Álvaro definiu: “Se é para se referir a Proust, vamos chamar logo de Carlos Swann” (AMARAL, 2005:23).

Em 1966, Álvaro Americano foi convidado pelo então governador do Estado do Rio, Negrão de Lima, para ser Secretário de Administração. A idéia inicial era de que Zózimo permanecesse como interino, até que surgisse novo titular. Ele, entretanto, achou que era a chance de sua vida e deu tudo de si. Agarrou a oportunidade da melhor forma que pôde e, em pouco tempo, já não se pensava mais em trazer outra pessoa.

Depois de alguns anos à frente da Reportagem Social Carlos Swann, em 1968 Zózimo recebe de Alberto Dines, editor do *Jornal do Brasil*, uma proposta tentadora: assinar uma coluna, com seu nome, no Caderno B. Nos bastidores da imprensa conta-se que Roberto Marinho, ao saber da transferência do jornalista para o seu maior concorrente, teria dito, “Meu filho. Você está fazendo a maior besteira da sua vida. Todo mundo sabe quem é Carlos Swann e ninguém sabe quem é Zózimo Barrozo do Amaral”. Ao que o colunista teria respondido, “Doutor Roberto, o senhor está dando um argumento a meu favor, porque acho que é hora de as pessoas saberem quem é Zózimo Barrozo do Amaral” (RIBEIRO, 2001).

Zózimo conseguiu se destacar pelo estilo refinado, irônico, e também porque escrevia bem, freqüentemente em tom mordaz. Sua coluna, a exemplo de Ibrahim, não se limitava às notícias da alta sociedade, “praticando uma mistura jornalística de temática tradicional com informações políticas” (SODRÉ & PAIVA, 2004:28). Era justamente esse

---

<sup>5</sup> O jornalista Álvaro Americano era, como Maneco Muller, um caso típico (e brasileiro) de indivíduo com enorme bagagem cultural que foi parar na crônica social. Era também editorialista do *Globo*, professor, advogado, jurista e formado em filosofia. Segundo Zózimo, “Álvaro fez o colunismo ganhar substância, ao acrescentar um novo ingrediente: tópicos opinativos, editorializados, sobre os assuntos em pauta” (Amaral, 2005).

“diferencial” de Zózimo – a notícia, acima de tudo - que seria explorado pelo *JB* na época de sua contratação.

O colunista contava então com apenas 27 anos. Sua transferência mereceu uma chamada de primeira página, no dia 4 de fevereiro de 1969: “Zózimo Barroso do Amaral traz para o *JB* a experiência que adquiriu como responsável pela coluna de Carlos Swann (...) É um jovem de 27 anos com cinco de jornalismo. Faz questão de esclarecer que não é colunista social e que sob sua assinatura o leitor encontrará noticiário diversificado, voltado para a vida da cidade.” (1969, *Jornal do Brasil*, grifos nossos).

O fato de um órgão da grande imprensa como o *Jornal do Brasil* valorizar o passe de Zózimo a ponto de realizar uma chamada de primeira página demonstra que o prestígio dos colunistas seguia intacto. No entanto, alguns trechos são sintomáticos do novo papel sobre o qual os jornais esperavam dos colunistas. Segundo o jornal, o novo contratado “faz questão de esclarecer que não é colunista social”, aliado a um recado ao leitor, que ali encontrará não só as notícias do *grand monde*, mas também “noticiário diversificado”. A maior abrangência de notícias seria estimulada, mudando então o perfil das colunas de maior destaque. Um processo que contou também com a modernização dos equipamentos e as mudanças sócio-econômicas na sociedade brasileira a partir de 1964.

E, realmente, Zózimo conseguiu diversificar o colunismo. Abordava, além das notícias da sociedade, política, esportes, artes plásticas, música, teatro, dança, literatura, economia, comportamento e moda. Uma frase dele sobre a coluna ajuda-nos a delimitar melhor as atuais colunas noticiosas de variedades na grande imprensa: “**um jornal menor, de leitura rápida, mas abrangente, publicado dentro de um jornal maior**” (grifos nossos). Não é outra a fórmula de uma coluna como a de Ancelmo Góis, de *O Globo*, admirador confesso de Zózimo<sup>4</sup>.

Antes da estréia de Zózimo, o *Jornal do Brasil* não tinha colunista social fixo. Vários jornalistas, entre eles Carlos Leonam e Léa Maria, revezavam-se nos “registros sociais”. Foi só nos anos 1960, aliás, que o colunismo ganhou impulso real no *JB*, seguindo o caminho pioneiro adotado pela *Última Hora* e o *Diário Carioca* Além de Zózimo na

---

<sup>4</sup> Em seu livro “1958 – O ano que não devia terminar”, o jornalista, cronista e mais tarde colunista Joaquim Ferreira dos Santos faz comentário semelhante, ao se referir aos colunistas sociais: “Tinham começado apenas relatando jantares e festas. Agora, faziam um pequeno jornal dentro do jornal. Falavam de tudo. Cada um no seu, ahn...estilo”.

crônica social, neste período dois outros jornalistas assinaram colunas no periódico, com bastante sucesso: Armando Nogueira, nos esportes; e Carlos Castelo Branco, na política. A chegada de Zózimo num jornal identificado com lutas políticas mereceu uma nova diagramação, mais leve e moderna, no interior do Caderno B, suplemento cultural já famoso em todo o país pelas reformas estéticas comandadas por Amílcar de Castro em 1956. No dia de sua estréia, o leitor mais atento iria notar que ali estava um tipo diferente de colunista social: escrevia bem, tinha senso de humor e não dispensava uma fina ironia.

Zózimo, 4/02/1969:

#### **Longevos**

Encontraram-se o acadêmico Austregésilo de Ataíde e o deputado Armando Falcão, ambos cearenses. “Como vai a sua mãe?” – perguntou Falcão, enquanto abraçava Ataíde. “Bem, obrigado, no vigor de seus 94 anos” – respondeu Ataíde, que por sua vez indagou do antigo Ministro da Justiça: “E a sua avó, como vai?” – “Ótima, respondeu Falcão, no Ceará, rija aos 106 anos.” – Isto significa que tão cedo a Academia Brasileira de Letras não mudará de presidente e por muitas dezenas de anos ainda teremos o Sr. Falcão atuando na política brasileira...

A estréia de Zózimo se deu num dos períodos mais repressivos da ditadura militar, quando o regime escancarou a tortura e a perseguição aos “subversivos”, enquanto outros perseguidos eram obrigados a partir para o exílio. Na grande imprensa, ao mesmo tempo em que se tentava burlar a vigilância do regime e a censura prévia, era comum o medo das represálias, além do corte das verbas publicitárias estatais. Para não sucumbir, havia toda uma autocensura dentro das redações. Mesmo assim, com todos os cuidados, era impossível saber de tudo o que desagradaria aos militares. E mesmo colunistas como Zózimo, apesar da simpatia dos meios militares pelo espírito “acrítico” das notas sociais, não estavam livres.

No mesmo mês de sua estréia, Zózimo escreveu uma nota em que o então presidente, general Costa e Silva, encontrara-se com seu colega paraguaio, o ditador Alfredo Stroessner, em Foz do Iguaçu. Se parasse por aí não haveria problemas. O que incomodou o regime é que o colunista informou que o grande número de guarda-costas de Stroessner obrigou o governador do Paraná a se identificar três vezes, numa das quais teria recebido voz de prisão. Contou ainda que o ministro do Exército, Aurélio de Lira Tavares,

chegou a ser empurrado e, “se não é amparado pelas pessoas que se encontravam ao redor teria caído”.

Zózimo, 01/04/1969:

### **100 anos depois...**

Os jornalistas que fizeram a cobertura do almoço que reuniu na Foz do Iguaçu na semana passada os presidentes do Brasil e do Paraguai, generais Costa e Silva e Alfredo Stroessner, estão até agora sem entender o insólito da presença ativa e participante de cerca de 100 indivíduos de má catadura, responsáveis pela segurança do Chefe de Estado paraguaio, que praticamente ocuparam o Brasil durante um ano inteiro, pois deles partiram todas as ordens e esquemas envolvendo os problemas de segurança, com um desembaraço e uma desenvoltura dignos de quem está em seu próprio país.

Tão rígida e eficiente se mostrou a guarda paraguaia que o governador Paulo Pimentel, em cujo Estado, afinal de contas, se realizavam as solenidades, teve que se identificar três vezes ao tentar entrar em lugares onde se encontravam os dois presidentes, em uma das quais recebendo voz de prisão (prontamente relaxada, evidentemente, pois reagiu à altura à impertinência do policial guarani).

Ao que me consta, todo Chefe de Estado em visita a outro país é protegido pela sua própria guarda, armando-se um esquema de segurança em conjunto com as autoridades locais e por estas orientado e organizado. O contrário, isto é, partirem as ordens e o comando do esquema ser exercido pelos policiais visitantes eu nunca tinha visto.

Perguntem aos jornalistas e aos diplomatas do Itamaraty que lá estiveram o número de cotoveladas e empurrões que levaram e terão uma idéia dos desmandos dos truculentos elementos que compõem a guarda pessoal de Stroessner.

Pois até o General Lira Tavares, Ministro do Exército, foi de uma feita empurrado pelos atuantes cotovelos dos policiais e se não é amparado pelas pessoas que se encontravam ao seu redor teria caído.

Dois dias depois, Zózimo estava preso no quartel da Polícia do Exército, onde conheceu o incômodo da carceragem. Logo no primeiro dia, um sujeito, ao perguntar seu nome e ouvir a resposta, perguntou de novo, “mas não é o Barrozo do Amaral não, é?”. Ao ouvir a resposta afirmativa, gritou para todos da cela: “Pessoal, eles piraram. Estão prendendo a eles mesmos!”. O comentário partira de um estudante de direito, e não passava pela cabeça dele que colunistas sociais - à época fortemente identificados com a elite e o *establishment* -, pudessem ser presos<sup>5</sup> (AMARAL, op. cit.)

---

<sup>5</sup> Não era para menos. Em 1957, o colunista Ibrahim Sued chegara a eleger um militar, Edgar Amaral, como um dos homens mais elegantes do ano. Numa época altamente polarizada ideologicamente, setores mais intelectualizados não perdoavam tais indiscrições.



Liberado, o colunista seguiu com seu trabalho. Mas ainda não estava livre da repressão. No ano seguinte, em 1970, outra nota em sua coluna incomodaria o regime. Havia estreado na cidade um novo show de Leila Diniz, atriz que personificava tudo que a ditadura mais detestava e perseguia. Zózimo noticiou que o coronel do Exército Osmani Pilar, comandante do Forte de Copacabana, havia sido visto três vezes numa só semana assistindo ao espetáculo. Resultado: severa repreensão ao coronel e nova prisão para o colunista.

Zózimo, 01/02/1972

**Por aí...**

O coronel Osmani Pilar é um dos maiores fãs do musical de Leila Diniz em cartaz no Salão de Viena. Na semana que passou, apareceu para assistir ao espetáculo três vezes.

Mais tarde, Zózimo comentaria suas duas prisões com humor, tratando-as quase como “condecorações” que recebera do Exército Brasileiro. “Profissionalmente, foi a melhor coisa que poderia ter me acontecido. Eu subitamente ganhei uma importância que não tinha. Trouxe-me respeito dentro da categoria e estofo como jornalista. Foi um galardão”.<sup>6</sup>

Com o endurecimento do regime, mesmo colunistas sociais tiveram que tomar cuidado com suas notas aparentemente amenas. Zózimo, no entanto, foi um mestre em combinar o caráter típico dos rumores, insinuações e fofocas típicas do estilo “coluna social” para publicar rumores dos bastidores políticos, como neste exemplo do ano de 1993:

Zózimo, 10/07/1993

**Fim de festa**

Está marcada para o dia 27 uma reunião entre os três poderes da República. Sentarão à mesa o ministro Maurício Corrêa, o presidente do TCU, ministro Carlos Átila, o procurador-geral Aristides Junqueira, o advogado-geral da União, José de Castro, os presidentes da Câmara, Inocêncio de Oliveira, e do Senado, Pedro Simon. Em pauta, um mutirão contra a impunidade no país. Há gente sobrando na mesa.

---

<sup>6</sup> Amaral, 2005. Op. Cit.

## **A modernização da imprensa durante o regime militar**

A censura prévia, que entronizou censores do governo em redações jornalísticas de todo o país – além de fechar vários deles - seria consequência do Ato Institucional nº 5, de 13 de dezembro de 1968. A partir de então, os temas das notícias e reportagens seriam cuidadosamente censurados, e a imprensa passaria então a procurar, com uma série de estratégias e artifícios, driblar os censores, ao mesmo tempo em que denunciava a ação da censura.

No entanto, não se deve cair no um equívoco comum de acreditar que a imprensa, durante a ditadura, combateu efetivamente o governo. A pesquisadora Beatriz Kushnir, no livro “Cães de guarda: Jornalista e censores, do AI-5 à constituição de 1988”, mapeou um alentado estudo sobre o colaboracionismo entre órgãos de imprensa e elementos que sintetizavam a repressão no período pós AI-5. Segundo a escritora, além de não fazerem frente ao regime e às formas violentas de ação, “percentuais da imprensa também apoiaram a barbárie”<sup>7</sup>.

Da instauração do regime militar até os momentos finais da ditadura, já na década de 1980, a sociedade brasileira seria apresentada a períodos de maior ou menor racionalidade no trato das questões políticas. Segundo Elio Gaspari, foram duas décadas de avanços e recuos, ou “aberturas” e “endurecimentos”. “De 1964 a 1967 o presidente Castello Branco procurou exercer uma ditadura temporária. De 1967 a 1968 o marechal Costa e Silva tentou governar dentro de um sistema constitucional, e de 1968 a 1974 o país esteve sob um regime escancaradamente ditatorial. De 1974 a 1979, debaixo da mesma ditadura, dela começou-se a sair (GASPARI, 2002).

Embora com toda a repressão às liberdades individuais, no entanto, os militares estavam dispostos a implementar a modernização dos meios de comunicação.

---

<sup>7</sup> Em seu livro, a autora cita o jornalista Cláudio Abramo: “(...) Um equívoco que a esquerda geralmente comete é o de que, no Brasil, o Estado desempenha papel de controlador maior das informações. Mas não é só o Estado, é uma conjunção de fatores. O Estado não é capaz de exercer o controle, e sim a classe dominante, os donos. O Estado influi pouco, porque é fraco. Até no caso da censura, ela é dos donos e não do Estado. Não é o governo que manda censurar um artigo, e sim o próprio dono do jornal. Como havia censura prévia durante o regime militar, para muitos jornalistas ingênuos ficou a impressão de que eles e o patrão tinham interesse em combater a censura” (Abramo, apud Kushnir, 2004:214).

A relação dos militares com a imprensa teve, contudo, uma outra face. Ao mesmo tempo em que censuravam matérias e interferiam no conteúdo da informação, os governos militares financiavam a modernização dos meios de comunicação. Isso se explica porque, para eles, essa modernização era parte de uma estratégia ligada à ideologia da segurança nacional. A implantação de um sistema de informação capaz de “integrar” o país era essencial dentro de um projeto em que o Estado era entendido como o centro irradiador de todas as atividades fundamentais em termos políticos. (ABREU, 2002:15).

Como exemplo deste projeto de integração nacional está a criação da Embratel, Empresa Brasileira de Telecomunicações, criada em setembro de 1965. A criação da empresa, com um plano de estações repetidoras e canais de microondas, permitiu a formação e a consolidação das redes de televisão no país. Os grandes investimentos feitos pelo regime, injetando dinheiro e publicidade nos meios de comunicação, a fim de conquistar a adesão da sociedade ao projeto de integração nacional, propiciaram a formação de grandes oligopólios da informação.

Desde meados do século XX a imprensa nacional precisou de recursos e subvenções do estado para ajudar na circulação de seus periódicos. Já no final dos anos 1960 e principalmente nos anos 70, os jornais que necessitavam sobreviver tinham que se tornar empresas sólidas, e isso só podia ser conseguido com a publicidade. Nos anos de regime militar a imprensa escrita, o rádio e a televisão dependiam fundamentalmente da publicidade para não irem à falência, e os órgãos estatais eram os principais anunciantes. Essa tendência à concentração da comunicação foi o desaparecimento de vários jornais. O jornalista Evandro Carlos de Andrade, que dirigiu por muitos anos o jornal *O Globo*, explica como o governo militar usava a publicidade para buscar o apoio dos jornais.

Vamos ver: como é que a ditadura, ou as ditaduras, no Brasil, lidaram com a imprensa? Afagando com uma mão e batendo com a outra. Quer dizer, batendo no conteúdo, censurando e afagando nas finanças, propiciando recursos, grande massa de publicidade etc. Isso em geral beneficiou [a modernização dos jornais]. Qual é a história do *Estadão* na primeira ditadura, do Getúlio? É uma história engraçada, porque eles se recusam a contar a história do *Estadão*<sup>8</sup> do tempo do Getúlio. Mas acontece o seguinte: o Getúlio, quando interveio, a empresa era falida, e quando entregou, a empresa era riquíssima. Quer dizer, assim como ele

---

<sup>8</sup> Evandro refere-se à adesão do jornal *O Estado de São Paulo* ao regime getulista para não ir à falência e sobreviver. Já durante o regime militar o *Estadão* foi diferente, confrontando permanentemente o governo da ditadura. No lugar das matérias censuradas, o jornal publicava receitas culinárias e sonetos de Camões.

reprimiu toda a liberdade – o dr. Julinho teve que se exilar, a perseguição foi feroz, o jornal foi *tomado* pela família – administrou brilhantemente e entregou rica uma empresa que recebeu quebrada. É da natureza da ditadura esse lado meio corruptor: “vamos dar recursos para contar com a simpatia ou, pelo menos, com o comportamento discreto dos proprietários.” (apud LATTMAN-WELTMAN, ROCHA & ABREU, 2003).

A escolha dos militares em entregar sua publicidade aos veículos da mídia que tinham maior capacidade de circulação, juntamente com o aumento do preço do papel – decorrente da crise do petróleo, em 1973 desencadeou um processo de fechamento de inúmeros jornais que já enfrentavam dificuldades financeiras e pressões políticas. Ao mesmo tempo em que buscava seduzir a imprensa com vantagens ou mesmo comprando o silêncio, o regime ainda buscava, como sustenta a historiadora Anne-Marie Smith, uma “legitimidade” junto à esfera pública - ainda que fosse uma legitimidade imposta.

Todo exercício de dominação é único. A meu ver, a particularidade desse regime e o que moldou o modo como ele tratou não só a imprensa, mas outras instituições sociais, foi o seu duplo desejo de controle e de legitimidade. Por um lado, o regime queria manter o controle e estava disposto a exercer a repressão para tal. Com essa finalidade, não só criou um sistema de censura à imprensa como se envolveu em outras ações repressivas – incomodar jornalistas individuais, não lhes conceder credenciais, persegui-los por meio da Lei de Segurança Nacional, cancelar publicidade do governo, fazer auditoria financeira da imprensa, confiscar publicações, etc. Ao mesmo tempo, o regime negava a existência de censura, chamava suas proibições de notícias de meros ‘bilhetinhos’ e recusava-se a colocar uma assinatura de autorização neles. Ele fazia de tudo para negar e insistia na manutenção da liberdade de imprensa. Isso condiz com a maneira particular com que o regime militar tratou outras instituições. O regime aprovou leis que violavam a Constituição, mas nunca aboliu a Constituição; fez expurgos e reduziu muito o poder do Congresso, mas nunca o aboliu; impôs restrições severas à realização de eleições, mas elas continuaram sendo realizadas. É o mesmo padrão particular – peculiar, talvez. O regime era poderoso, mas seu desejo de legitimidade, entre outros fatores, pôs limites ao que ele poderia fazer e moldou as suas práticas (SMITH, entrevista ao jornal *Valor*, 2000).

Entre 1967 e 1973, o período conhecido como do “milagre econômico” possibilitou que o PIB crescesse a um ritmo de 10% ao ano, houve um incremento na produção industrial e um aumento considerável na produção de bens duráveis. Os militares financiaram a modernização da maior parte dos jornais que estão até hoje no mercado. A

construção de sedes modernas, a compra e a importação de equipamentos foram feitas com financiamentos de bancos e instituições estatais, o que evidentemente representava um instrumento adicional de controle sobre a mídia (ABREU, p.21).

É certo que colunistas sociais corriam menos riscos de serem censurados ou presos. No entanto num período altamente politizado, que exigia de cada um uma “tomada de posição” política, muitos deles encararam o desdém de colegas de profissão, a “avacalhação profissional”. Gaspari ressalta que “o veneno estava no elogio” (2001). Donos de jornais, mesmo abrigando colunistas sociais em seus segundos cadernos, reclamavam do muito espaço que estes recebiam (embora não pudessem dar-se ao luxo de dispensá-los, devido ao sucesso entre os leitores). Colunistas gozavam de acesso livre ao poder, enquanto a “imprensa responsável” era alvo de “toda sorte de perseguições”, como entendia o então diretor do *Estado de São Paulo* Júlio de Mesquita Neto<sup>9</sup>.

A perseguição política aos “subversivos” fez com que quem tivesse dinheiro não quisesse aparecer – um corretor da bolsa de valores, por exemplo, foi preso depois de dar uma festa para integrantes de um festival internacional de cinema. Todos os atos eram, regra geral, passíveis de investigação.

Com a diminuição das festas na alta sociedade, colunistas, agora, teriam trabalho redobrado para conseguir notícias para suas colunas. Em geral, quem alimentava esse noticiário das colunas sociais eram figuras do alto escalão do próprio regime, que se tornavam fontes privilegiadas do titular de uma coluna e sua equipe, valendo-se disso para passar mensagens cifradas a seus aliados ou adversários (RAMOS, 2002). Um intrincado jogo de interesses que tornava o titular destas colunas um jornalista com poderes absolutamente peculiares dentro de um jornal sob controle da censura.

A essas mensagens que chegavam às colunas ou outras editorias dos jornais, Wilson Gomes dá o nome de “interesses fora de cena”: “O seu lugar não é a exposição pública; antes, freqüentemente demandam reserva e sigilo como condição fundamental. Isso não obstante, ordenam, constituem e predeterminam tanto a esfera de visibilidade pública onde a política midiática se configura quanto a política em cena que se torna, então, possível. Em

---

<sup>9</sup> Em depoimento de 1974, Júlio de Mesquita Neto vaticinava: “O panorama é paradoxal e deprimente. Enquanto jornais e revistas que exploram o crime, o sexo, escândalos e futilidades mundanas gozam de ampla liberdade e condicionam e mediocrizam a mentalidade do homem-massa, com um dilúvio de papel impresso que projeta uma visão degradante da vida, a imprensa responsável torna-se alvo de toda sorte de perseguições e de pressões econômicas. Só inspira desconfiança e rancor” (Mesquita Neto apud Ventura, 1974, 2000: 85).

outros termos, podemos dizer que os interesses se articulam sistematicamente fora de cena, para funcionar, então, como condição de possibilidade da prática política em cena e para a cena” (GOMES, 2005:141). O estilo heterogêneo das colunas, sem respeitar fontes e receptivo a insinuações e rumores, foi neste período uma arma poderosa para aqueles dispostos a fabricar os “interesses fora de cena”.

### **Sociedade e mudanças no perfil das colunas**

Que outros fatores teriam facilitado esse poder dos colunistas sociais dentro das redações e nos salões da alta sociedade, nos quais desfilavam figuras proeminentes do regime? Voltemos a Ibrahim Sued. Alberto Dines aponta o começo da politização das colunas sociais no período da ditadura militar, através de Ibrahim, e sua relação com o casal Maluf<sup>10</sup>. Porém, Maluf era apenas uma das fontes privilegiadas do colunista durante o regime, sendo a maior delas, como vimos, o próprio presidente Costa e Silva, seu amigo pessoal. Por esse motivo, é visto até hoje como adesista do regime, posição refutada por Ricardo Boechat, jornalista que começou a carreira na coluna de Ibrahim e passou ali 14 anos. “Ele não aderiu ao regime militar. O regime é que aderiu ao Ibrahim. Ele pegava notícias, era anticomunista, mas não havia cumplicidade com a parte podre, tenebrosa, do estado ditatorial”<sup>11</sup>. Segundo Boechat, a relação com os militares ajudou o colunista a interceder por presos políticos, ajudar na volta de Darcy Ribeiro do exílio, e também para liberar o livro *Reflexos do baile*, de Antonio Callado.

O trabalho na redação era árduo, segundo Boechat, “um aprendizado nervoso”. Boechat entregava a Ibrahim dez notas depois de cinco horas de telefonemas. Sued rasgava oito e mandava apurar outras oito em *uma hora*. Rasgava notas boas, como a exclusiva em que o repórter anunciava a fusão da Guanabara com o Estado do Rio, uma idéia que o colunista não aprovava (CONTI, 1999).

Segundo Boechat, “a coluna de Ibrahim era inteiramente em primeira pessoa. Ele era o agente da notícia, o personagem da própria coluna. Ele olhava a notícia como a extensão de sua maneira de ver o mundo, de interpretar as coisas. Por isso, havia coisas que

---

<sup>10</sup> “Eles mudaram a imprensa”, 2002, entrevista com Alberto Dines.

<sup>11</sup> Entrevista com Ricardo Boechat, disponível em <http://jbonline.terra.com/jb/papel/cadernob/2001/11/02>.

acabavam sendo jogadas fora. Podiam ser ótimas, mas se ele fosse contra o fato, jogava fora” (AMARAL, 2005, op. cit). Ou seja: o furo de reportagem que seria a notícia da fusão da Guanabara com o Rio de Janeiro não foi dado porque, no entender do colunista, significaria a morte do Rio.

Mais tarde, ao assumir a coluna de Swann, Boechat deu prosseguimento ao caminho aberto por Ibrahim e Zózimo: a busca da notícia, qualquer que fosse ela. Tudo escrito num estilo objetivo e sem firulas, sem afetações – só notícias. Herança dos 14 anos junto a Sued.

O “turco” era, a despeito do desprezo dos meios intelectuais, bastante popular entre os leitores. Nos anos 70, sua coluna cresce de tamanho, chega a ocupar meia página de jornal, estampando várias fotos da elite e do mundo político, e é rebatizada de “Jornal de Ibrahim Sued”. O novo nome de sua coluna, porém, sugere que o *Globo*, assim como o *JB*, pretendia ampliar e diversificar o contingente de leitores das colunas. Para usar um termo próprio da época, o leitor que assumia gostar de ler colunas sociais era visto como um “alienado”.

Ibrahim também era bastante ridicularizado por setores mais intelectuais devido aos “tropeços” (como ele mesmo dizia) com a língua portuguesa. Espertamente, o colunista soube se aproveitar dos erros de português em sua coluna do jornal impresso e também de diversas gafes na televisão, onde manteve um programa de sucesso por nove anos. Nesta entrevista ao Pasquim, ele explica:

O Pasquim: Dizem que você industrializou certas gafes, mesmo como forma de promoção. É verdade?

Ibrahim: Não, gafes não. De vez em quando eu tropeço porque eu não sou locutor. Os locutores é que têm a obrigação de não tropeçar, e no entanto eles tropeçam. Agora – eu tropeço. Então, eu industrializei essas – hum, digamos – tropeçadas que eu dou na televisão. E o público gosta. De vez em quando tem uma turma que torce para eu tropeçar. E, às vezes, tem dias que eu faço a vontade deles. Dou uma tropeçada e aí eles dormem satisfeitos.(O PASQUIM, nº 1, 1969)

Na sala de seu escritório em Copacabana, onde escrevia a coluna para os jornais, havia um famoso quadro com a advertência, “Favor não mexer no meu estilo”<sup>12</sup>. – ele sabia

---

<sup>12</sup> Segundo Joaquim Ferreira dos Santos, Ibrahim, “como tinha pouquíssima cultura, baseava sua coluna no jogo rápido da informação curta e grossa”. (1997, op.Cit).

que seus erros apenas aumentaram sua popularidade entre os leitores. O colunista voltaria ao assunto na sua bibliografia:

(...) Até que me dei conta de que aqueles tropeços iniciais tinham se convertido numa característica, naquilo que eu chamo o meu “estilo”. E esse estilo me identificava com a massa de leitores e dos ouvintes e telespectadores, não porque eles necessariamente também adotassem tal maneira de se expressar, mas, porque eu assim demonstrava que era um deles, um estranho no meio social cujos segredos eu desvendava para eles com a idoneidade de quem tudo assistia com isenção (SUED, Ibrahim, 1983:19)

Quem passava ao largo de sua coluna, porém, mal poderia imaginar que o colunista, sim, incomodava os donos do poder, como relata Gaspari. O ex-colaborador da coluna de Ibrahim deixa claro que o turco era um jornalista com invejável faro para conseguir boas (e inusitadas) fontes. Boechat complementa: “Depois de algumas taças, à mesa do jantar ou no bulício das recepções, o ministro mostrava a minuta do decreto ainda inédito, o industrial abria o jogo sobre uma grande fusão de empresas. E o banqueiro dava o *inside* que agitaria o mercado nos dias seguintes. O Turco descobriu esse ‘filão’ (BOECHAT, apud SODRÉ, 2004).

Suas fontes estavam onde menos se esperava. Francisco Campos, autor da Constituição da ditadura do Estado Novo, bem como do preâmbulo do Ato Institucional de 1964, era uma espécie de consultor jurídico de sua coluna. Guimarães Rosa era outro. Ambos tinham em comum o horror a entrevistas. Para descobrir quem era seu informante no Palácio Laranjeiras, a equipe do presidente Castello Branco montou diversas operações nas quais fizeram circular pelas assessorias histórias falsas. Um dia inventaram que o presidente tinha comprado um bilhete de loteria. Quando o milhar saiu na coluna do Ibrahim o colaborador de Castello foi defenestrado. Era o jovem José Carlos Nogueira Diniz. Deu trabalho ao Ernesto Geisel convencer a seu amigo Antonio Luiz (Cacau) de Barros Nunes a parar de contar casos a Ibrahim. Cacau continuou contando, mas Ibrahim comprometeu-se a guardar segredo. Uma das mulheres mais elegantes do país era consultora para questões de etiqueta. Deu à coluna uma memorável aula sobre a correta conduta dos espectadores numa frisa de teatro. Senhora que jamais disse uma palavra à imprensa, continua incógnita. (GASPARI, 2001).

Mas isso não quer dizer que o colunista tenha sido um “herói” a usar sua influência somente para, ora apoiar, ora confrontar o regime. Não. Ibrahim também soube tirar partido



de suas amizades pessoais na ditadura para enriquecer. Fez fortuna no mercado financeiro usando informações privilegiadas que conseguia de suas fontes; ganhou dinheiro comprando obras de artistas desconhecidos que mais tarde se valorizavam; seduziu sua segunda mulher publicando notas sobre ela em sua coluna e prometendo-lhe aparições em comerciais de televisão; foi sócio em vários empreendimentos comerciais – como uma discoteca com o empresário Chico Recarey – que ficava sabendo através de seus contatos nas altas rodas. Não se furtava em aceitar “presentes” de assessorias de imprensa em troca de notinhas favoráveis às empresas que davam o mimo.

\*\*\*

Na outra ponta, estava Zózimo, o colunista do *Jornal do Brasil* e seu maior concorrente. Durante quase 20 anos no *Jornal do Brasil*, do qual passou de desconhecido a maior estrela do jornal, acumulou diversas funções. Entre elas, foi editor do Caderno B e passou quase dois anos editando, além de seu trabalho já conhecido no B, uma das primeiras colunas de notas de teor mais político da imprensa brasileira: o Informe JB. A coluna social, travestida de coluna de variedades, mudava-se pela primeira vez para os primeiros cadernos, dando ênfase aos bastidores da política e economia.

Zózimo gostava de ser repórter e conseguiu vários furos em sua coluna. Foi o primeiro a relatar que Ivo Pitanguy iria operar a duquesa de Windsor ou que os Monteiro de Carvalho venderiam sua parte na Volkswagen para os árabes. E, antes de toda a editoria de esportes, que a seleção brasileira disputaria um torneio internacional em Mônaco. Já nos anos 80, também foi o primeiro a dar a notícia de um evento musical na então longínqua Barra da Tijuca que reuniria as maiores estrelas internacionais do rock: o *Rock in Rio*. Há os que tenham ficado tão furiosos que procuraram o caminho judicial (Zózimo chegou a responder a uma média de três processos por ano e foi absolvido em todos). Mas, na maioria absoluta das vezes, seu estilo de escrever eliminava, através de uma precisa mistura do rigor da apuração com a elegância do formato, qualquer possibilidade de réplica, quanto mais de desmentido (RIBEIRO, 2001).

Um exemplo do estilo elegante do colunista pode ser visto nesta nota sobre o romance entre a ministra da Economia e o ministro da Justiça do governo Collor, em 1990. Zózimo foi o primeiro a anunciar o romance, de maneira cifrada e discreta.

Zózimo, 23/05/1990:

#### **Harmonia**

Desde o início do governo nunca foi tão harmonioso o relacionamento dos ministros da Justiça e da Economia. Os ares primaveris de Nova Iorque ajudaram a desanuviar o ambiente entre seus titulares, Bernardo Cabral e Zélia Cardoso de Melo, e tornar mais estreitas as relações entre os dois principais pilares do governo Collor.

Em sua dissertação sobre as colunas sociais, a pesquisadora Anamaria Kovacs já descrevia, em 1975, o enfoque diferenciado que, nos anos de ditadura, apresentavam estes espaços:

Nem só de mexericos vive a coluna social. A nota cultural, onde anuncia idas e vindas dos artistas *in* de todos os setores, como a música, a dança, o cinema, a literatura e as artes plásticas, coloca em evidência os discípulos das massas. Os anúncios, criteriosamente colocados, vendem os mais diversos produtos. A nota sobre economia e política é informativa. A crítica e o apelo, por sua vez, completam a caracterização da coluna social como um gênero jornalístico à parte, essencialmente heterogêneo. Mesmo fazendo parte de uma revista diária como é o segundo caderno e, portanto, tendo por objetivo principal a diversão do leitor, ela tem uma função reservada às matérias do primeiro caderno, e, em especial aos editoriais: a crítica e o apelo ao público e às autoridades.(KOVACS, 1975)

Sem abandonar a leveza, o apelo às autoridades pelos desmazelos da cidade, a coluna social também podia se transformar numa observação de crítica política, sem esquecer o humor, como nesta nota:

Zózimo, 30/11/1969

#### **Facilidade**

A facilidade com que o Governo baixa decretos-leis se assemelha muito a de Pelé em marcar gols. O milésimo foi publicado na quinta-feira, no suplemento especial do Diário Oficial.

Os colunistas sociais, principalmente em sua fase áurea e também nos anos 60, eram considerados por um grande contingente de leitoras como árbitros do gosto, delimitando o que, no entender deles, era bom ou ruim, ou, a se preferir o gosto pelas citações em língua estrangeira, o que era *in* e *out*. Algo que começa com grande sucesso nas colunas das dez mais elegantes, ainda com Jacinto de Thormes, chegando aos famosos conselhos de moda e etiqueta de Ibrahim Sued. Na supracitada entrevista ao Pasquim, Ibrahim deu sua opinião sobre qual teria sido a contribuição da crônica social ao Brasil: “Ela de um certo modo contribuiu para, vamos dizer, a educação do povo, de se vestir bem; no sentido de comer bem, de procurar um bom restaurante e outras coisas mais, e no sentido também de alimentar a sofisticação da vida, porque a vida sem supérfluo não vale nada”.<sup>13</sup>

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

Kovacs assinala o caráter singular da coluna social, ao situá-la em dois planos: o da objetividade e o da ficção. Seriam espaços em que a realidade e a irreabilidade se confundem; a zona dos mitos, dos rumores e dos boatos. Essa reinterpretação da realidade, conforme a definição de Kovács, deixa margem à dúvida, dá oportunidade ao desmentido, possibilita uma nova interpretação. Situa-se, portanto, ao nível do discurso, e não da língua, porque a transgride quando o colunista cria neologismos e usa estrangeirismos, “ampliando”, assim, a língua (KOVACS, 1975, p.7). Ibrahim, que gostava de se auto-elogiar, chegou a se definir, com um certo exagero, como o “Guimarães Rosa do colunismo”, pelas expressões e frases que criara e que acabavam sendo repetidas pelos leitores<sup>14</sup>. Coutinho, ao comentar o aumento das notas sobre política nas colunas sociais nos anos da ditadura, salienta que na

---

<sup>13</sup> O Pasquim, op.cit.

<sup>14</sup> Diversos termos e expressões criados ou difundidos por Ibrahim tornaram-se populares. Boni, então todo poderoso da TV Globo, buscou em sua coluna o título de algumas novelas da emissora, como “O cafona”, e “Locomotivas”.

década de 60 o “modus operandi” específico das colunas permitia a divulgação, em alguns casos “dramatizada”, de notícias políticas que seriam censuradas nas demais editorias de um jornal (COUTINHO, 2005).

Segundo Sodré & Paiva (2004), do acesso restrito aos círculos mais fechados provinha o prestígio do colunista social junto às classes dirigentes e, daí, junto ao dono do jornal e seu público. Mas era também um indício forte da possibilidade de construção pela mídia impressa de um mundo fictício, o *grand-monde*, a meio caminho entre a ficção e a realidade. A unidade fictícia do *soçaite* era uma produção socioestética de colunistas (Sodré, 2004; Coutinho, 2005). Critérios jornalísticos caros a outras editorias, como a identificação da fonte, eram descartados – *qualquer* assunto podia virar notícia numa coluna social, desde que passasse pelos critérios do que poderia ou não chegar ao público, segundo os colunistas.

\*\*\*

Ibrahim e Zózimo. Qual dos dois colunistas teria influenciado mais o colunismo de notas curtas que se faz hoje em dia? Se perguntarmos aos atuais titulares das colunas, a resposta quase unânime será Zózimo. Segundo Boechat, “o colunismo é hoje muito mais espelhado no que era a coluna Zózimo do que no que Ibrahim fazia”. Ibrahim, prossegue, “introduziu o *hard news*, a mística do furo, da bomba. As colunas, hoje, mantêm essa procura, esse garimpo do furo. Mas elas incorporaram o visual que Zózimo impôs: a linguagem, a maneira de abordar, a impessoalidade, a tentativa de estilizar o texto, a ironia e aquele toquezinho final”<sup>15</sup>.

\*\*\*

A saga dos colunistas sociais durante a ditadura militar ajuda a perceber porque as colunas sociais no Brasil adquiriram um caráter diferenciado do colunismo dos Estados Unidos, onde esse gênero nasceu e se desenvolveu. Além de dispensar o caráter híbrido que estas colunas tomaram no Brasil, é impensável que uma coluna americana, por exemplo,

---

<sup>15</sup> Boechat, apud Amaral, op. Cit.

traga um furo jornalístico que pautará a imprensa nos dias seguintes, como ocorre com frequência em nosso país.

Com a redemocratização, este procedimento continuaria, livre da censura, mas como troca de interesses. Grandes jornais aproveitaram seus jornalistas mais experientes – como Elio Gaspari, Ancelmo Góis, Wilson Figueiredo – como titulares de colunas de notas de teores mais políticos. Os colunistas aproveitaram-se do estilo heterogêneo das colunas sociais para elaborar o discurso jornalístico que os leitores leriam de agora em diante. Ou seja, combinando notícias dos bastidores da política a amenidades e problemas da cidade. Uma nota sobre a censura prévia, em plena vigência da mesma, banida sua divulgação nos cadernos nobres voltados à política e economia, era possível de ser encontrada no espaço de um segundo caderno, suplemento tido como “feminino” e mero “acessório” pela intelectualidade da época. Tudo sem perder a contundência, como podemos verificar neste exemplo de Ibrahim.

**Censura off the records**

Posso revelar que nos círculos literários do país há um profundo mal-estar em face da aprovação da censura prévia. O Brasil, nesta jogada, nivelou-se a Cuba, URSS e China, países onde há censura prévia. Muitos países fazem censura *a posteriori*, o que também é terrível. Escritores brasileiros pensam em submeter seus originais ao delegado da polícia do distrito mais próximo. Jorge Amado está no alvo da mira e terá que, de agora em diante, submeter seus originais a um delegado na Bahia, que será assim o árbitro de sua criatividade. Isto se quiser publicar seus livros no Brasil.

Foi durante os anos da ditadura, portanto, que o jornalismo brasileiro enfrentou esse paradoxo – a um tempo de forte politização, a modernização financiada em grande parte pelos militares e os prejuízos causados pela censura, um estilo mais ligado a amenidades foi importante para burlar a vigilância dos censores. Um estilo que, nas décadas posteriores, seria responsável pela face das modernas colunas de notas que hoje se encontram em toda a grande imprensa. Mesmo as colunas eminentemente políticas dos dias de hoje, aprenderam muito com os artifícios usados pelos colunistas sociais que trabalharam durante a ditadura militar.

## Capítulo 3

### Colonismo e redemocratização: abertura política, modernização e fragmentação dos textos

*Aí você começou a ter uma terra de ninguém, porque a coluna social se misturava com a política, política com sociedade, com amenidade, e virou esse caos, esse tititi, que hoje é uma coisa incrível.*

*Alberto Dines*

A abertura política brasileira teve início em 1974, ano da subida ao poder do general Ernesto Geisel. O quarto presidente do regime militar tinha como principal projeto político a idéia de uma distensão, “lenta, gradual e segura”. Estando já eliminados os movimentos de luta armada, e diante da erosão do regime militar, Geisel e seu mais importante estrategista político, o general Golbery do Couto e Silva, formularam uma estratégia de liberalização política a fim de recuperar o apoio da sociedade para a “obra revolucionária” e de impor limites à crescente autonomia da comunidade de segurança, que se havia tornado uma ameaça de desagregação da própria instituição militar<sup>1</sup>. Para isso, era imprescindível a viabilidade da liberdade de expressão. Aos poucos, censores foram deixando as redações de meios de comunicação que antes haviam sofrido com a censura prévia. A autocensura, no entanto, continuaria em diversos órgãos – as direções dos jornais assumiram o papel de “vigilantes da linha ideológica” da empresa e, receosos da perda das grandes verbas publicitárias estatais, censuravam internamente o que poderia desagradar os militares. Colunistas com acesso aos altos escalões do governo sabiam que, mesmo de posse de informações privilegiadas, algumas jamais poderiam vir a público, sob pena de acabarem presos em nome da “segurança nacional”. Contudo, uma modalidade de informação começou a encontrar espaço em meio às notícias sociais, políticas e econômicas dos jornais da mídia impressa. Eram informações privilegiadas, fornecidas *off the record*, ou longe do gravador. Ou seja, a informação estaria liberada, menos os nomes das fontes. Esta modalidade de informação, na qual jornalistas seriam obrigados a usar dos mais variados

---

<sup>1</sup> Abreu, Alzira. “A modernização da imprensa (1970-2000)”.

artifícios textuais para burlar a autocensura, influenciou sobremaneira a apuração jornalística na mídia impressa das últimas décadas; não deixando de afetar, também, o espaço heterogêneo das colunas de notas.

Como vimos, durante o regime militar, no período entre os anos de 1968 a 1974 ocorreu um forte crescimento econômico no país, com um processo de verticalização da indústria e um aumento considerável da produção de bens duráveis. Foi o período conhecido como “milagre econômico”, durante o qual o produto interno bruto cresceu a uma média de 10% ao ano e a inflação, sob controle, oscilava em torno de 20% anuais. O modelo de desenvolvimento adotado permitiu importantes investimentos nas empresas estatais, em especial as de petróleo, produtos petroquímicos, aço, energia e comunicação (ABREU, 2003:23).

Um país em pleno desenvolvimento – ainda que à custa do aumento das desigualdades sociais e econômicas – não demoraria a atrair a cobiça de empresas estrangeiras. Foram as grandes agências de publicidade e também as agências de comunicação nos grandes centros que ajudaram a mudar a face do jornalismo brasileiro praticado em fins da ditadura. A modernização tecnológica, que informatizou as redações dos anos 1980 em diante, fez surgir uma imprensa diferente – menos politizada e mais pluralista.

As colunas sociais não mais seriam agora as únicas a fazer das notas curtas sua especialidade. Proliferaram colunas de notas dos mais diversos assuntos, como economia, cultura, cidade, política, ou simplesmente de variedades, onde tudo se misturava. A fragmentação imposta aos periódicos seria, pois, um momento marcante do jornalismo da época. A segunda metade do século viu surgir na imprensa brasileira colunas que estão até hoje na mídia impressa, como o Informe JB, no *Jornal do Brasil* e Painel, da *Folha de São Paulo*.

### **Jornalismo e modernização**

A partir dos anos 80, o jornalismo brasileiro seria afetado pelos avanços propiciados pela tecnologia. O desenvolvimento das telecomunicações, a difusão da informática e as novas possibilidades de impressão e de registro audiovisual ocorreram em escala mundial e

afetaram a coleta de informação, a produção da notícia e sua distribuição (ABREU, *ibidem*). O objetivo das empresas de comunicação, ao adotar novas tecnologias, era em última instância baratear seus custos operacionais. Um jornal com maior número de leitores conseqüentemente recebe maior procura de anunciantes e mais publicidade em suas páginas.

Essa busca, por novos leitores e mais rentabilidade levou as empresas a investirem em operações de marketing, um termo ainda pouco conhecido na imprensa dos anos 70, ainda longe dos oligopólios de informação de hoje em dia. Os estudos mercadológicos e as medidas estratégicas normalmente utilizadas para sustentar um produto no mercado consumidor e garantir seu êxito comercial passaram a ser preocupação primordial dos empresários da imprensa (Idem: 2002). Aliado a essa nova tendência em pesquisar o gosto do público leitor - agora tratado como “consumidor” -, os jornais, atendendo a pressões da publicidade, começaram a realizar mudanças estéticas em seus “produtos” a fim de torná-los mais atraentes e sedutores. Por pressão da publicidade, por exemplo, quase todos os jornais de grande circulação nacional passaram a usar a cor, o que os obrigou a melhorar a qualidade do papel.

A modernização buscada pelo mercado em pleno regime de exceção encontrou o Brasil sob um jornalismo menos politizado. Nos anos 50, ainda havia jornais com posições editoriais as mais diversas. Segundo Ribeiro (2006), o matiz político e ideológico era fator importante na construção da identidade dos diários e na segmentação do público leitor. A maioria dos periódicos declarava sua posição política em editoriais e colunas políticas assinadas. Um exemplo dessa politização pode ser verificado na posição dos jornais durante o governo João Goulart. Numa primeira fase, os proprietários defenderam os preceitos formais do regime democrático, citaram a constituição para apoiar a posse do presidente e a preservação do regime. À medida que se intensificou a mobilização ideológica, quando o governo Goulart se aproximou dos grupos radicais de esquerda e a crise política-econômica se aprofundou, os jornais foram mudando o discurso, formulando ou acompanhando as orientações favoráveis à queda do governo. Foi, enfim, nos anos 1960 que se deu ao apogeu do jornalismo político, que acompanhava reivindicações e contestações político-ideológicas (ABREU, 2005, *ibidem*).



Nos anos 1970, a imprensa perdeu essa característica. Jornalistas que ousavam criticar abertamente o governo militar migraram para a imprensa alternativa, que também era vigiada pelos censores. O desaparecimento do pluralismo político da imprensa diária era resultado da chegada do jornalismo informativo, baseado nas normas técnicas do modelo norte-americano e centrado nos ideais da objetividade, neutralidade e imparcialidade. Mas a “despolitização” da imprensa foi consequência também do sistema autoritário que se impôs à nação no pós-1964. A censura e a pressão governamental sobre os jornais e jornalistas tiveram, nesse contexto, um papel fundamental<sup>2</sup>.

Os anos sob poderio dos militares foram também um tempo em que o mercado de jornais passou por uma profunda reconfiguração, dando início a um processo que já vinha desde 1959, ou seja, o desaparecimento de um grande número de jornais e o início da concentração de empresas, que se refletiria nos grandes oligopólios de comunicação atuais. Ribeiro (2006) argumenta que este processo se deu em três níveis: quantitativo (com redução do número de títulos em circulação), qualitativo (instauração de uma diferenciação entre grandes e pequenos jornais) e financeiro (com a expansão de alguns grupos de imprensa). De 1959 a 1963, o número de jornais diários no país foi reduzido de 252 para 187. Dos 65 que encerraram suas atividades, 30 eram editados nas cidades do Rio e de São Paulo. Em 1977, o número de diários cariocas tinha sido reduzido à metade e apenas três deles (*O Dia*, *O Globo* e o *JB*) monopolizavam quase 80% da circulação.

Do ponto de vista econômico, o processo de concentração empresarial foi resultado de uma aguda crise por que passou a imprensa devido a um conjunto de fatores (alguns macro-estruturais, outros conjunturais), como a queda do volume de publicidade, o desenvolvimento da televisão e os problemas com o preço do papel de jornal. Seria este último elemento, a crise do papel, que afetou jornais em todo o mundo, um dos fatores que propiciaram a proliferação das colunas de notas curtas no jornalismo brasileiro. Uma tendência que iria aumentar com as pesquisas de mercado das décadas posteriores e a imposição em muitas redações a favor do enxugamento dos textos e a fragmentação do corpo do jornal em vários suplementos, que buscavam o novo leitor-consumidor ideal, daí os cadernos de “Carro e Moto”, “Viagem”, “Informática” etc.

---

<sup>2</sup> Ribeiro, Ana Paula Goulart. “A imprensa carioca nos anos 1960-1970”.

## A crise do papel e o começo da fragmentação da imprensa

Uma leitura apressada dos jornais da grande imprensa poderia sugerir que o fenômeno das notas curtas na imprensa constituiria algo recente, impulsionado pelas tendências mercadológicas que marcaram o jornalismo nas três últimas décadas. Isto é verdade apenas em parte. Ainda nos anos 1950/1960 foram introduzidas importantes modificações na imprensa brasileira, a linguagem foi se tornando mais objetiva e a notícia passou a ocupar maior espaço que a opinião. A objetividade – que requer alguns dos princípios básicos da técnica jornalística, como concisão e clareza – beneficiou os textos mais curtos. Além disso, foram introduzidas inovações gráficas, uma nova idéia de diagramação em que a notícia mais importante teria maior destaque, além de modificações na paginação dos jornais, com o aumento dos suplementos.

Durante o governo Jânio Quadros teve início a crise da imprensa escrita, ligada à Instrução 204 da SUMOC, medida que implicou em importante modificação do regime cambial. Os jornais, que até então importavam papel com subsídio do governo - pois havia uma taxa especial que reduzia em 70% o preço de compra dessa matéria-prima -, tiveram esse privilégio extinto. Com o fim do câmbio favorecido da imprensa, os jornais tiveram que suportar um aumento brutal de custos. A crise motivada pelo aumento dos custos do papel teve reflexos na orientação política de alguns jornais que se aproximaram do governo como forma de preservar a sua sobrevivência (RIBEIRO, 2005).

Assim, vários jornais, em dificuldades financeiras e em busca de recursos para se manter, aos poucos deixam de lado as posições políticas de confronto com o poder para apoiar os governos estabelecidos<sup>3</sup>. A crise do papel levou também com que várias editorias de jornais em crise criassem colunas que em notas curtas resumiam fatos que precisavam ser divulgados, pela escassez de matéria-prima, de forma resumida e concisa (COUTINHO, 2005)

Um exemplo claro é o jornal *Diário Carioca*, um dos mais politizados da primeira metade do século XX. O *Diário* apoiou João Goulart durante todo o seu período na presidência, embora tenha feito grande oposição a ele durante o governo Vargas. Obteve

---

<sup>3</sup> Ao longo das décadas, a obtenção do papel jornal foi usada pelos governos brasileiros como forma de intimidação para manter os jornais sob controle. A ditadura de Vargas, com o objetivo de controlar a imprensa, instituiu um sistema de financiamento indireto do papel importado, mediante o qual os jornais obtinham a sua matéria-prima essencial por um preço muito inferior ao do mercado mundial (Mesquita Neto, 1984, apud Barbosa, 2007:122)

auxílio financeiro do governo Goulart, pois atravessava graves problemas financeiros agravados pelo aumento dos custos do papel. O jornal tinha, já em 1945, ano da estréia da coluna social de Jacinto de Thormes, a coluna de notas “Entrelinha”, de caráter eminentemente político, mas com uma linguagem mais informal do que o ainda sisudo noticiário político. Entrelinha era assinada apenas por um “P.S.” ao final da coluna. Uma prática normal numa época em que a maioria dos colunistas assinava por meio de pseudônimos ou apenas com as iniciais do nome e sobrenome. Mas é quase certo de que se trate do diretor de redação do jornal, Pompeu de Souza, o homem que, como vimos no primeiro capítulo, implantou no jornalismo nacional as regras de estilo influenciadas pelo jornalismo norte-americano, que ajudaria a modernizar os textos na imprensa nacional.

Hoje, Entrelinha está praticamente esquecida. Mas há outra coluna, surgida nos anos 60, que alcançaria maior repercussão, influenciando várias outras no país: o “Informe JB”. Surgida inicialmente com o nome “Segunda Seção”, o Informe foi idealizado para ser uma coluna de notas de cunho eminentemente político e econômico. Era assinado inicialmente por Wilson Figueiredo e em seguida por Pedro Gomes. Logo depois a coluna de notas perde a assinatura oficial e passa a ser redigida por Walter Fontoura, substituído por Haroldo de Hollanda e em seguida por Elio Gaspari (COUTINHO, 2005). Vários outros jornalistas de renome passariam pela coluna, entre eles Ancelmo Góis, titular da coluna que hoje leva seu nome no *Globo*. Foi a primeira coluna de notas de cunho político e econômico dentro de um primeiro caderno – tradicionalmente reservado aos assuntos mais “sérios”, como os de política e economia -, a mesclar as notas sobre política com amenidades antes relegadas às colunas sociais ou aos registros dos segundos cadernos.

O revezar constante de titulares assinando ou não a coluna mostra outra característica do Informe JB que seria seguida pelas principais colunas de notas posteriores: o trabalho de vários colaboradores. Antes, um colunista social reinava sozinho em toda a coluna. Os poucos com colaboradores os usavam como *ghost-writers*,<sup>4</sup> que deveriam, porém, escrever no estilo do titular da coluna, para que o público pensasse que fosse obra de um único jornalista. Wilson Figueiredo explica como surgiu o Informe:

---

<sup>4</sup> O uso da prática de ghost-writers já era comum nos Estados Unidos desde o começo do século. Winchell, por exemplo, recebeu por décadas a ajuda do jornalista Herman Klurfeld em sua coluna.

Alberto Dines quis que eu assumisse uma coluna no primeiro caderno. Trataria também de política, com mais liberdade do que a reportagem especializada. Passaria a fazer parte também do grupo de editorialistas. O contato diário com os diretores do jornal ajudaria a temperar o tom político da coluna, que se chamou Segunda Seção e depois passou a Informe JB. Eu montei uma rede de informantes que me abasteciam de material precioso para esse tipo de coluna (2006).

O Informe JB não foi o único pioneiro nas notas curtas de teor político. O *Correio da Manhã*, ainda na década de 50, criara a coluna “O Mundo Político”, onde informações da política nacional eram passadas através de pílulas, ou pequenas notas. Samuel Wainer, que, como vimos, conseguiu atrair jornalistas contrários à política de Vargas lhes oferecendo colunas assinadas, mantinha em seu jornal *Última Hora* a coluna “UH”, sucessora de “O Dia do Presidente”, com o objetivo de divulgar as ações e políticas de Getúlio Vargas. Não era diferente com a *Tribuna da Imprensa*, jornal procurado por todos os admiradores dos editoriais inflamados de Carlos Lacerda. Além dos textos de Lacerda, havia na *Tribuna* várias outras colunas de política, de notas curtas ou não. Ainda na página quatro, eram publicadas, em 1950, “Bilhetes do Velho Mundo”, de Tristão de Athaíde (Alceu Amoroso Lima), e “Idéias e Fatos”, de Gustavo Corção. Na segunda página, saía diariamente “Vozes da Cidade”, com notas sobre deputados, ministros, e políticos em geral (RIBEIRO, 2007:234).

Na década de 1970, o formato do Informe JB passa a ser reproduzido nos principais jornais do país. Os jornais paulistas, mais conservadores, só abrem para o “novo gênero” nos anos 80. É o caso do “Painel”, da *Folha de São Paulo*, criada com a reforma gráfica do jornal. A “Coluna do Estadão”, do *Estado de São Paulo*, surge no final da década. Embora mantendo o teor político, estas colunas diferenciavam-se daquelas dos anos 1950 por abrangerem muito mais assuntos, onde a notícia ligada aos bastidores da política confundia-se com a notícia dos bastidores da sociedade, ou da cultura, das artes...

No livro “Eles mudaram a imprensa”, o jornalista Alberto Dines comenta a proliferação das colunas de notas; um fenômeno, segundo ele, trazido pela ANJ, influenciada por pesquisas de mercado norte-americanas, que ele chama de “consultores de Miami”.

(...) Depois, nos anos 80, quando os jornais começaram essa história do jornalismo curto, de que cada página tem que ter uma coluna de notícias curtas, porque o leitor se cansa de ler matérias grandes – uma das coisas que foram inventadas pela ANJ<sup>5</sup>, pelos consultores de Miami -, houve uma mudança. Aí você começou a ter uma terra de ninguém, porque a coluna social se misturava com a política, política com sociedade, com amenidade, e virou esse caos, esse tititi, que hoje é uma coisa incrível. Eu me lembro que quando o Collor foi à Espanha, em 91, por aí, o El País mandou um repórter ao Brasil (...). Eu me lembro que a matéria desse repórter dizia mais ou menos o seguinte: “Para entender o que se passa no Brasil, você tem que ler todos os jornais e todas as dezenas de colunas de picadinhos” – ele usou uma expressão em espanhol que eu não me lembro – “porque a imprensa brasileira está toda fragmentada”. É verdade. Antigamente você tinha a Coluna do Castello; não gostava do Castello, tinha a coluna do Villas-Bôas Corrêa, e assim ia. Não eram colunas fragmentadas, onde você vai botando coisas pequenininhas, havia uma lógica, um pensamento, uma coerência, e havia informação, evidentemente. Se não informação, percepções baseadas em informações. Mas aí se começou a fragmentar as colunas, em função da fragmentação dos jornais. O processo todo, que veio importado pela ANJ, é um processo de fragmentação: fragmenta-se o jornal em dezenas de cadernos fininhos, para atender à segmentação mercadológica, fragmentam-se os cadernos e, dentro dos cadernos, as páginas. Hoje você tem em cada página uma coluna picadinha. Isso acabou com uma certa consistência (ABREU, LATTMAN-WELTMAN, ROCHA, 2003).

É sintomático o receio de jornais mais conservadores, como os de São Paulo, a aderirem às colunas de notas de cunho político. Acostumados a tratar a política como o lado “importante”, mais “sério” do jornal, muitos articulistas tiveram – à maneira daqueles que, uma década antes, tinham protestado contra as imposições do lide e da pirâmide invertida -, dificuldade em aceitar colunas de notas no mesmo estilo das antigas colunas sociais, que à época também passavam por transformações. Novamente a queixa era da perda de uma suposta “densidade” do texto jornalístico longo, agora transformado em curto. A *Folha de São Paulo*, por exemplo, ainda estava no começo de uma transição que buscava nos anos 1970 o “leitor cidadão”, com Cláudio Abramo à frente da redação, para chegar ao “leitor consumidor” buscado por Otávio Frias Filho, de meados dos anos 1980 em diante. A renovação mostraria a mudança de um periódico de forte teor político e opinativo para um jornalismo “crítico, apartidário e pluralista”, nas palavras de Frias Filho (ABREU, 2003, op. cit).

---

<sup>5</sup> Associação Nacional dos Jornais, entidade empresarial que congrega os principais jornais do país, fundada em 17 de agosto de 1979.

## Colunas de notas e o assédio das assessorias

Nos anos 1970 o Brasil assistiu à chegada das primeiras grandes agências de assessoria de imprensa e relações públicas, o que levaria a uma mudança no perfil do profissional de jornalismo. Agora, não eram só os profissionais da redação que buscavam e decidiam o que era notícia, mas também os assessores de imprensa. Estes, entrincheirados em órgãos públicos e empresas privadas ansiosas por aumentar seu capital, forneciam informações diferenciadas aos órgãos de comunicação. Editores e jornalistas não mais teriam o privilégio de atuarem como os únicos *gatekeepers*<sup>6</sup> das notícias – iriam agora dividir este trabalho com as sugestões de pautas contidas nos *releases* enviados pelos assessores.

Aos poucos, as agências de comunicação foram aumentando, diversificando os serviços e agregando jornalistas que não encontravam espaço nas redações da grande imprensa. Hoje em dia, quanto mais forte a agência, maior seu poder de influência no conteúdo editorial do jornal<sup>7</sup> (SOUZA, 2004).

Nos principais centros do poder econômico e político nacional, São Paulo e Rio de Janeiro, e também em Brasília e nas principais capitais dos estados, surgiam as empresas de assessoria de imprensa e relações públicas, cuja clientela podia ir desde a nova rica, disposta a abrir na marra seu espaço nas colunas sociais, até o empresário bem sucedido, que necessitava fazer valer seus pontos de vista nas novas e bem-sucedidas editorias econômicas. Movidas a consideráveis somas de dinheiro, essas novas empresas do mundo da comunicação, emuladas de suas contrapartes estrangeiras, passaram a exercer considerável influência sobre as páginas editoriais dos jornais, criando uma enorme confusão entre a publicidade comercial e a notícia. Aquela linha divisória, que começou a ser traçada nos tempos da *penny press* entre a redação do jornal propriamente dita e o seu departamento comercial, tornava-se extremamente difusa e, muitas vezes, desaparecia.(...) A comunicação de massa assumia cada vez mais a sua dimensão de fantasia. O que valia não era o fato, dizia-se, mas a sua versão na forma das imagens construídas pela mídia. (RAMOS, 2003: 250).

---

<sup>6</sup> Na teoria do jornalismo, *gatekeepers* seriam os responsáveis pelo filtro das notícias que chegam aos meios de comunicação e que selecionam se um determinado assunto será focalizado ou não.

<sup>7</sup> Esta última frase é uma afirmação de uma editora do JB entrevistada em 2004 para minha dissertação de mestrado *A pauta e o mercado*, capítulo 4, “O que eles pensam: entrevistas com jornalistas”.

Até os anos 1960, eram raras as empresas públicas ou privadas que possuíam um setor de assessoria de imprensa. O pensamento comum até então era que o melhor mecanismo para se dialogar com os clientes era por meio da propaganda. Ali, a empresa afirmava sua posição sem ser contestada, tinha controle sobre a informação. Foi preciso mudar esse foco para se diferenciar em um mercado cada vez mais competitivo. Marca, produto e serviço tiveram de migrar do espaço comercial para o editorial, um caminho que deixava a organização exposta a riscos, mas agregava valores importantes a sua imagem perante a opinião pública. O feito de uma empresa publicado em reportagem de rádio, jornal ou televisão tinha mais credibilidade do que o anunciado na propaganda (JUNG, 2004:100).

O desenvolvimento do jornalismo econômico e a mudança de postura de jornalistas e empresários também ajudou a mudar o jornalismo brasileiro. Segundo Abreu (2003:39), durante os anos 1940 e 1950, os jornalistas de prestígio não aceitavam fazer matérias sobre empresas e empresários, já que esse tipo de jornalismo era malvisto, e os que agiam assim eram vistos como corruptos. Mas, já nos 1970, sob a influência do jornalismo norte-americano e dos efeitos da censura, os jornais brasileiros perceberam que a economia vista do ângulo das empresas também era notícia. Do lado empresarial, também havia desconfiança e muita resistência em estabelecer uma aproximação com a imprensa. Somente a partir do governo Geisel é que ocorreu uma mudança de atitude: os empresários aceitaram participar de debates promovidos pelos jornais para discutir economia e o modelo de desenvolvimento em vigor; em seguida, buscaram o apoio da imprensa na defesa de seus interesses. Isso propiciou a estruturação, durante a ditadura e pela primeira vez, de setores de assessoria de imprensa em empresas de grande porte.

Segundo Milton Jung, a tecnologia de informação acelerou esse processo e, nas décadas de 1970 e 1980, empresas e empresários, assim como as organizações públicas e a sociedade, representada pelas ONGs, entenderam que a política de comunicação era uma ferramenta estratégica. Não bastava um profissional escalado para cuidar dessa área, havia a necessidade de uma organização capaz de desenhar ações que abrangessem todos os setores da instituição. Em um diagnóstico de 2004, é mostrado um quadro representativo do avanço das assessorias nas últimas décadas:

O resultado pode ser verificado no mercado jornalístico. Atualmente, existem grupos especializados em comunicação empresarial, que mantêm em seus quadros mais funcionários do que boa parte das redações de rádio. Pelo menos um terço dos jornalistas com carteira profissional assinada trabalham fora das redações, provavelmente, nas fontes organizadas. É o que se lê em *Fontes abertas – indicadores Bristol-Myers Squibb de relacionamento com a imprensa* (Laboratório Bristol-Myers Squibb) A publicação, que estabelece as diretrizes de comunicação do laboratório, conta também que “cerca de 95% do que o noticiário jornalístico nos oferece diariamente são relatos e comentários de acontecimentos programados por instituições interessadas, ou revelações e falas controladas por fontes organizadas<sup>8</sup>”. (JUNG, 2004)

Abreu – referindo-se ao jornalismo econômico – acrescenta que hoje o jornalismo sofre pressões das empresas, que atuam por meio de suas assessorias de imprensa e se comportam como verdadeiros *lobbies* e *contralobbies*. Essas assessorias empregam profissionais altamente qualificados, que deixaram recentemente as redações dos jornais e abriram escritórios de consultoria voltados exclusivamente para as empresas<sup>8</sup>. Os empresários entenderam que precisam de uma comunicação competente com os centros de poder e de decisão, com o Congresso e o público consumidor, o que os levou a investir na produção da informação. Atualmente há livros sobre assessoria de imprensa nos quais os autores deixam claro a importância das colunas de notas – por estarem entre os espaços com maiores índices de leituras - para uma boa divulgação. Câmara e Zobaran (1994) explicam que a coluna é um ponto de encontro diário e, por isso mesmo, se transforma na meta de todos os empresários que recorrem aos serviços de uma assessoria de imprensa. Eles querem entrar para essa roda restrita, causando um sério problema para o divulgador. Os autores chegam a criar o tópico “A abordagem coluna social”, para ensinar como conseguir uma nota publicada nestes espaços constantemente requisitados.

A opinião dos colunistas sobre os assessores de imprensa, porém, não é unânime. Anna Ramalho chega a classificar as assessorias como “uma praga”, com “raríssimas

---

<sup>8</sup> O “enxugamento” das redações – que faz com que os jornais tenham equipes jornalísticas cada vez menores – e o crescimento das assessorias de imprensa dá margem a um número cada vez maior nas páginas de jornais (e também nas outras mídias, sobretudo a TV) dos chamados pseudo-eventos, como conceituado no clássico ensaio *The image*, de Daniel Boorstin Segundo o sociólogo norte-americano, a construção do pseudo-evento liga-se a quatro características: 1. Não é espontâneo, mas planejado e produzido com antecedência. 2. É produzido para ser objeto de cobertura midiática, para adquirir visibilidade. 3. Não possui necessariamente relação direta com fatos reais: o contexto e os ingredientes da “produção” tornam-se mais relevantes. 4. A sua relevância decorre sobretudo de ser construído para ser relevante e apresentado como tal. Mais informações ver “The Image: a guide to pseudo-events in America” (1962)



exceções”. Outros titulares de colunas já vêm o papel dos assessores de outra forma. “Ajudam muito”, diz Ancelmo Gois, que, por ter a coluna campeã de leitura de *O Globo*, é constantemente assediado por assessores diversos. Para Ancelmo, é necessário que haja uma troca entre colunista e assessor, “ou seja, se ele vier com nota realmente boa, ganha um crédito para divulgar algo mais na coluna”<sup>9</sup>.

A opinião do jornalista Ricardo Boechat é sintomática sobre a rivalidade que ainda hoje existe entre jornalistas e assessores:

- Por que você se irrita tanto com os assessores?
- Não, ao contrário! Na verdade, tenho bronca é de qualquer um que esteja militando nesta atividade e esqueça de que seu produto é a notícia. Esses tomam o teu tempo, te ligam nas horas de fechamento, nas horas mais absurdas... mas não tenho nenhum preconceito! Penso que as corporações, as instituições, os governos têm que ter as suas estruturas pra lidar com a mídia, e essas estruturas, não raro, têm acesso privilegiado a determinadas notícias e essas é que eu quero, através dessas é que eu quero me relacionar com elas. O resto, doutor, não me interessa e eu digo isso para eles! Então, pode parecer que há uma certa resistência à função, mas não é. É muito comum você ver jornalistas se esquecerem de que são jornalistas e pensaram que se formaram assessores, o que não existe<sup>10</sup>.

### **A dificuldade em buscar informações e o uso do *off***

O jornalismo econômico é um gênero que, no Brasil, floresce e se desenvolve durante o período militar. Com o Ato Institucional Nº 5, de dezembro de 1968, que instaurou a censura prévia, o governo criou uma estrutura burocrática de controle e censura dos meios de comunicação. A partir daí, os temas políticos passaram a ser cuidadosamente censurados. Proibidos de noticiar assuntos importantes ligados à conjuntura política, muitos jornais investiram em editoriais de economia, que ainda se encontrava num momento de elevação, propiciado pelo “milagre”. Mas mesmo os jornalistas de economia também encontravam dificuldades com suas fontes.

---

<sup>9</sup> Entrevista com Ancelmo Gois, outubro de 2007. Voltaremos a falar sobre a “troca” entre colunistas e assessores na terceira parte desta tese, quando analisaremos em estudos de caso algumas colunas da mídia impressa que são hoje âncoras de leitura dos jornais.

<sup>10</sup> Entrevista de Ricardo Boechat ao jornalista Vitor Szejder, no livro “Jornalistas” (2003).

Durante o período do “milagre econômico”, quando o ministro da Fazenda Delfim Netto exercia grande controle sobre todos os setores econômicos e o desenvolvimento sofria forte intervenção do Estado, as fontes de informação eram os técnicos ou assessores de órgãos estatais ou o próprio ministro e seus assessores, mas todos obedecendo a um comando único, o de Delfim Netto. Como a economia estava ancorada nas grandes empresas estatais, a imprensa dependia em grande parte do Estado, pois a publicidade do governo representava cerca de 30% da receita auferida pela mídia. Os jornais publicavam as decisões do Ministério da Fazenda e do BNDE, e as resoluções do Banco Central, do Conselho Monetário Nacional, da Receita Federal ou outros órgãos do Estado. Publicavam também as opiniões dos dirigentes das corporações empresariais, das bolsas de valores, da Associação das Empresas Financeiras, da Confederação Nacional da Indústria, da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo e outras. Não havia espaço na imprensa para órgãos representativos dos trabalhadores, sindicatos, federações e confederações. Assim, as fontes de informação, além de reduzidas, eram controladas, e os jornais não passavam de uma “espécie de diário oficial, mais bem elaborado, das decisões governamentais”. (ABREU, 2002:279)

Durante a ditadura militar, o governo Médici (1969-1945), criou por decreto a Assessoria Especial de Relações Públicas (Aerp), que tinha como função básica propagandear o regime. Para tanto, fez-se uso ostensivo de assessores de imprensa para impor às redações *press releases* oficiais (Mafei, 2004). A Aerp ganhou o poder de um “superministério”, centralizando as ações de manipulação da informação como estratégia de poder e censura. Muitos jornalistas passaram a ocupar ao mesmo tempo cargos nas redações e nas assessorias públicas – prática hoje condenada pelo código de ética dos jornalistas – com a tarefa de publicar nos respectivos noticiários os *releases* elogiosos elaborados pelo governo (Mafei, *ibid*).

Com a grande imprensa controlada, oferecendo vantagens diversas aos órgãos que colaborassem (ou pelo menos não citassem em reportagens determinados temas proibidos), a Aerp investiu pouco sua propaganda na mídia impressa. O jornalista e historiador Carlos Fico, entretanto, ressalta que muitos jornalistas ganharam belas somas em dinheiro ao ajudarem na elaboração de “cadernos especiais” que aludiam de forma positiva ao governo militar. Diferente dos colunistas sociais, que mesmo diversificando o noticiário ainda eram vistos com preconceito dentro e fora das redações, estes jornalistas colaboracionistas – até

por não assinarem as matérias nos suplementos pró-governo – não enfrentavam o mesmo desdém profissional de que sofriam os colunistas.

Era [a propaganda política do regime militar brasileiro] uma propaganda que não se amparava fundamentalmente em manifestações públicas, em cartazes, jornais e revistas. A propaganda do regime militar, aliás, “desdenhou” esses veículos. Raramente publicava algum material na imprensa ou se utilizava de cartazes, preferia os “adesivos” com os *slogans* das campanhas, que eram afixados em carros, por exemplo. Uma preocupação constante da Aerp/RP foi acabar com os “suplementos especiais” do governo que comumente eram publicados na imprensa. Órgãos do governo federal e mesmo dos governos estaduais costumavam fazer isso: oferecer a uma revista ou jornal a publicação de material desse tipo (em geral com rico tratamento gráfico) em troca da “simpatia política” do veículo. O resultado era uma matéria “explicitamente propagandística” e de tom oficialismo. Em 1973, a Aerp encaminhou ofício aos prefeitos paulistas – provavelmente pródigos com esses suplementos – posicionando-se “inteiramente contra iniciativas tipicamente de cavação e o conseqüente desperdício de necessários a atividades mais fecundas”. Segundo Otávio Costa [diretor da Aerp], houve casos de jornalistas que, com a participação em apenas uma matéria para um suplemento especial, teriam auferido muitas vantagens financeiras (FICO, 1997).

A repórter Marilena Chiareli, que trabalhou na TV Globo durante os anos 1970, lembra que naquela época o *press-release* confundia-se com a nota oficial, uma decorrência da forte censura: “Você chegava na porta de um ministério, ficava esperando. Aí de repente o assessor de imprensa chegava como *release* pronto. Todos os jornalistas de televisão, rádio e imprensa escrita recebiam o mesmo texto. Era muito difícil dar um furo, uma informação exclusiva. O repórter não tinha nenhuma margem de negociação. Você tinha que pegar aquele *press-release* e transformar numa matéria que seria exatamente igual à da *Folha de São Paulo*, de *O Globo*, do *Estado de São Paulo* ou de outra emissora de televisão. Quando havia entrevista, era uma coletiva: a mesma para todo mundo. Não tinha como escapar. Era uma relação de pouca liberdade”<sup>11</sup>.

Num tempo em que a prática de assessoria se confundia com a de relações públicas, não havia ainda muitos profissionais com experiência nestas agências para delimitar o que seria a notícia que efetivamente interessaria os jornais. A avalanche de textos que chegavam às redações, muitos deles mal redigidos, cheios de adjetivos elogiosos aos

---

<sup>11</sup> *Jornalismo em tempos de distensão*, capítulo do livro “Jornal Nacional – a notícia faz história”, JZE, 2004.

governantes e sem conter notícias de interesse público, contribuiu para que muitos jornalistas tratassem os assessores com preconceito ou indiferença (MAFEI, 2004).

Enquanto os assessores eram mal-vistos pelos jornalistas das redações, os colunistas também enfrentavam o descaso. Sua metamorfose em colunas de variedades ao longo das últimas décadas espantou alguns pesquisadores. Alberto Dines, que assistiu de perto e esteve presente em grande parte das inúmeras transformações estéticas e de conteúdos dos jornais brasileiros nas últimas cinco décadas, é um crítico do que as colunas se tornaram hoje. Segundo ele, as colunas de Maneco Muller e Ibrahim Sued criaram um gênero “ameno, fútil e inofensivo”, porque se restringia apenas ao mundo da grã-finagem, o *jet-set*, a diplomacia, rapapés, recepções. Raramente opinavam, a não ser em matéria de roupas, jóias etc. “Hoje, as colunas são mercados abertos, pequenos jornais nos quais se trata de tudo e de todos, sem os mesmos procedimentos de apuração que devem nortear uma redação” (...) É a degeneração do jornalismo leve e ameno”<sup>12</sup>. (DINES, apud RAMOS, 2003: 251).

Certamente o leitor das colunas de notas modernas, chamadas pelos novos colunistas de “colunas de variedades”, já leram notas começadas pelos termos, “Comenta-se que...”; “Segundo rumores do alto escalão do órgão x, ...”; ou ainda, bastante comum hoje em dia, “Segundo um político de determinado partido, ...”; ou “Pessoa amiga da coluna garante...” etc. São insinuações típicas das colunas de notas, que fogem dos processos de apuração e cobertura “normais”, mas que servem a esta zona singular que caracteriza este gênero jornalístico.

Durante a abertura política, o governo Geisel tornou comum a divulgação à imprensa de informações transmitidas por pessoas que ocupavam o centro do poder, como o general Golbery do Couto e Silva ou o ministro da Justiça Armando Falcão – famoso pela

---

<sup>12</sup> Aqui, um parêntese quanto à gênese das colunas de notas se faz necessário: a classificação das colunas como uma “degeneração do jornalismo leve e ameno” é um tanto precipitada. O autor parece desconsiderar a evolução e as mudanças culturais por que passaram a sociedade e a mídia impressa, e mesmo sentir uma nostalgia ao que chama de gênero “fútil e inofensivo” das colunas sociais dos anos 1950. Sua crítica de que estas colunas não possuem “os mesmos procedimentos de apuração que devem nortear uma redação” não se sustenta, pois ali a intenção é outra. As colunas de notas apresentam um caráter heterogêneo, no qual a notícia objetiva pode vir ao lado de rumores, fofocas ou insinuações, num espaço onde a informação e o entretenimento andam juntas. Este trabalho procura dar prioridade ao que o gênero se transformou ao longo das décadas, ou seja, às colunas de notas gerais, e não só puramente políticas, que através de seu discurso e efeitos textuais acabam por desempenhar um papel que muitas vezes vai além da mera função de “entreter o leitor” com seu estilo informal, chegando mesmo a pautar assuntos políticos e econômicos para as outras editoriais. Em lugar de críticas à “degeneração” de um certo tipo de jornalismo, seria mais prudente atentar para a complexidade do gênero e os novos rumos aplicados à mídia impressa.

declaração “Nada a declarar”, com que sempre respondia aos repórteres – que não podiam ser citados como fontes. Eram as chamadas informações privilegiadas, fornecidas *off-the-record*, ou seja, longe do gravador, ou extra-oficialmente. Acostumado à cobertura das articulações feitas nos bastidores, nenhum outro gênero jornalístico beneficiou-se mais das informações em *off* do que o jornalismo político.

O uso do *off*, alimentado pela autocensura ou apenas como moeda de troca por políticos em busca da informação mais valiosa, afetou o texto praticado na mídia impressa brasileira. Jornalistas eram obrigados a realizar vários efeitos textuais, abusando de metáforas, eufemismos, elipses para dizer algo que escapasse às rédeas dos censores do governo. Algo que não deixou de ser notado por Ventura (1974):

Poucas vezes a língua portuguesa terá dado tantas voltas para sugerir o que não pode dizer e insinuar o que não pode revelar. O que economizaram em partículas negativas e adversativas, a arte e o jornalismo esbanjam em metáfora, elipses, eufemismos, perífrases, antíteses, circunlóquios, para dizer que o rei está nu, ou melhor, para insinuar que estaria. Um jornalismo europeu que recentemente esteve no Brasil disse que o que mais o impressionara na nossa imprensa, que ele conhece e lê bem, era a frequência dos condicionais. “Certos acontecimentos aqui não se realizam, não se realizaram, nem se realizarão, apenas se realizariam”. As causas dessa preferência estão fora das gramáticas, mas nelas se podem encontrar algumas pistas. O condicional, com seu (mau) caráter duvidoso e ambíguo de tempo e modo, é um atenuador que permite dizer sem afirmar, informar sem se comprometer, e rejeitar sem dizer não.

O jornalista e pesquisador João Batista de Abreu ressalta como a imprensa pode transformar o sentido de determinadas palavras, para angariar apoio ou criticar o governo. A palavra “golpe” (para se referir ao que os militares chamavam de “Revolução de 1964”) era proibida. “Tortura” também. Tomando como exemplo os termos “subversivo” e “revolucionário”, ele anota a evolução do primeiro termo – usado inicialmente para designar políticos cassados e aqueles indiciados nas IPMs (Inquérito Policial Militar), instaurados nos primeiros anos do regime militar. “Com o tempo, ‘subversivo’ tornou-se uma palavra para tachar todo aquele que, de uma maneira ou de outra, se opunha ao regime de exceção. Aos olhos dos líderes “revolucionários”, tratava-se de colocar num mesmo rol os supostos inimigos do novo governo, independente das acusações que pairavam sobre eles, a fim de desqualificá-los junto à população” (ABREU, 2000:23). A linguagem usada

no discurso jornalístico prestava-se a manipulações diversas pelo governo e pela imprensa dominante. João Batista ressalta ainda o index do regime militar – determinados nomes de figuras públicas proibidos de serem entrevistados, e, mesmo, sequer citados. Assim, nomes como D. Hélder Câmara, Luiz Carlos Prestes, Leonel Brizola, Chico Buarque de Hollanda, Geraldo Vandré desapareceram do noticiário<sup>13</sup>.

Muitos jornais buscavam maneiras alternativas de fazer chegar ao leitor o que estava acontecendo no país, e para isso valia até mesmo romper com a estrutura clássica de redação com base na pirâmide invertida. Então, às vezes o fato que iria contextualizar a notícia aparecia no último parágrafo. Segundo João Batista, essa estratégia era feita com o cuidado de não despertar a ira do poder, e poupava os donos dos jornais que, mesmo beneficiando-se das verbas publicitárias e das benesses do regime, gostavam de posar como defensores da liberdade de expressão diante da opinião pública (ABREU, 2000:39).

Assim, uma coluna de notas como o Informe JB poderia ajudar a mostrar uma versão diferente da oficial, como no caso da morte do jornalista Wladimir Herzog, em 1975, em consequência de torturas nas dependências do exército. Na primeira página do *Jornal do Brasil*, na data de 20 de dezembro, estava a versão oficial dos militares, com a manchete “IPM conclui que a morte de Herzog foi suicídio”. Na mesma edição, porém, na página do Informe, havia uma informação importante

Ali, uma pequena notícia de três parágrafos dava conta de mudanças no segundo escalão do 2º Exército e da Marinha na região de São Paulo. Os oficiais designados para comandos de tropa vinham de Brasília para substituir oficiais de confiança do então comandante do 2º Exército, general Ednardo D’Ávila de Melo.

São Paulo – Além do comando do VI Distrito Naval e da guarnição do Exército em Campinas, haverá algumas modificações em funções do Estado-Maior, previstas há mais de três meses. A 2 de janeiro, o Coronel José Barros Paes assumirá a chefia do Estado-Maior da 9ª Região Militar, em Campo Grande, Mato Grosso.

---

<sup>13</sup> É bom salientar que esta prática – nomes ou instituições que não são citados, que estão numa “lista negra” de um jornal – não ocorreu apenas nos regimes ditatoriais. Mas foi prática comum no regime militar, e especialmente após 1968. Em algumas ocasiões, donos e diretores de jornais incluíam nestas listas nomes de pessoas que não lhes agradavam. Como o processo já havia assumido um aspecto de rotina, a inclusão de um ou outro nome poderia ser facilmente atribuída à censura política. Mais informações sobre o index da ditadura podem ser lidas em “As manobras da informação” (2000), João Batista de Abreu.

No dia 9 de janeiro, passa a comandar a II Brigada de Infantaria Blindada, de Campinas, o General Gustavo Moraes Rego Reis, até recentemente assessor especial do Presidente Geisel.

Depois, no dia 12, o Comandante do VI Distrito Naval, Vice-Almirante Roberto Monerat, passará a chefia da unidade ao Contra-Almirante Alfredo Karan, que estará transferindo a sede do VI Distrito Naval para Ladário, em Mato Grosso. A Marinha em São Paulo ficará sob a jurisdição do I Distrito naval, com sede no Rio. (JORNAL DO BRASIL, 20/12/1975).

Quando, um mês depois, o operário Manuel Fiel Filho morreu nas dependências do Exército em circunstâncias semelhantes às de Herzog, o general D'Ávila Melo foi sumariamente afastado do comando. Segundo João Batista, o exemplo mostra “de que maneira o jornal pôde, numa mesma edição, e por meio de uma pequena nota, dar uma informação que contraria a versão oficial. A substituição de postos-chave no segundo escalão do 2º Exército representava o verdadeiro resultado do inquérito” (Ibid, 2000, idem).

Como vimos, a ditadura exigiu que os leitores mais atentos lessem com o mesmo cuidado tanto as manchetes das primeiras páginas como as pequenas notas escondidas no corpo dos jornais.

As colunas de notas nunca esconderam seu encanto com a ambigüidade e, à sua maneira, as colunas sociais também tentaram burlar a vigilância dos censores através do discurso textual. Sem a obrigação de citar a fonte, um jantar típico da coluna social poderia chegar ao leitor com pequeno comentário político inserido, como nesta nota abaixo.

*Zózimo - Jornal do Brasil, 02/03/1969:*

**Cultura geral**

Um conhecido parlamentar brasileiro que empreendeu recentemente uma viagem ao norte da África, assegurou, durante um jantar, sob o olhar constrangido dos comensais, que mantivera uma conversa muito interessante a respeito do socialismo com o Rei da Argélia...

Assim, um rumor aparentemente sem importância disseminado por uma coluna na condicional facilmente encontraria espaço nos jornais. Em pleno regime democrático da década de 90, as colunas não deixaram de explorar o filão, como sugere essa nota da colunista Joyce Pascovith, já na década de 1990:

Pascovith - Estado de São Paulo, 13/09/1995:

**Rouge**

Considerado extremamente competente, o marido da nova ministra dos Transportes não foi o escolhido para ocupar o cargo.

A avaliação dos freqüentadores do Palácio do Planalto é que Margarida Coimbra do Nascimento, além de tão competente quanto, teria aquele *je ne sais quoi* que tanto encanta o patrão.

O exemplo citado é um típico caso de coleta da notícia (no caso, pura fofoca) em que a insinuação é levada ao leitor na condicional. A fonte, ou as fontes, são apenas identificados como “freqüentadores do Palácio do Planalto”. Esse apelo, no lugar das fontes oficiais, a quem está nos bastidores, a revelação dos rumores, o uso do *off* para levar ao público o que deveria ser dito (ainda que sem a identificação da fonte) foram momentos de um jornalismo que se acentuou durante a ditadura, atravessou a redemocratização e chegou até os dias de hoje.

Exemplos de como o columnismo social aprendeu a usar o discurso heterogêneo (porque destituído de convenções) para passar informações em código são interessantes para desvendar um mínimo da construção lingüística destes espaços. Isto será melhor analisado na segunda parte deste trabalho, porém cabe aqui um exemplo. Antes de Hildegard Angel assumir sua coluna no caderno Ela do jornal *O Globo*, fizera sucesso ali a colunista Nina Chavs, uma grande inovadora na arte de narrar festas e coquetéis. Nina introduziu a reticência (...), que tanto podia servir para separar assuntos quanto para dizer mais com o silêncio que se seguia à nota explícita.

Conseguia juntar sutilmente o milagre e o santo. Primeiro contava o milagre, geralmente um fato ridículo, escabroso ou embaraçoso, sem citar nomes. A nota seguinte começava sempre com um nome – o autor do milagre – praticando um ato social inocente e corriqueiro, o que obrigava o leitor a se exercitar na leitura de entrelinhas e reticências (ZOBARAN & CÂMARA, 1994).

Pode parecer, a princípio, como sugere a nota de Pascovith, mera amenidade. Mas se levarmos em conta o depoimento de Zuenir Ventura, em especial quando enfatiza o fato



do jornalismo brasileiro, no contexto dos anos 70, ter de “sugerir o que não se pode dizer; insinuar o que não se pode revelar”, podemos constatar que o colunismo político se beneficiou destes recursos lingüísticos.

O colunista Zózimo, com a experiência adquirida à frente da coluna diária, aos poucos foi se munindo de truques que o ajudavam na confecção de notas. O mais conhecido e eficiente deles é o “Não será surpresa para essa coluna se...” que o permitia afirmar sem correr o risco de ser desmentido. Se o fato ocorresse, ele o tinha noticiado. Se não, tudo bem também - afinal, não havia se comprometido com nada. Outra fórmula constantemente utilizada (e copiada depois por quase todos os demais colunistas) foi a frase “Não convidem para a mesma mesa fulano e beltrano”, que era uma maneira elegante de dizer que duas pessoas haviam brigado.

*Zózimo – Jornal do Brasil, 29/09/1988:*

Não será surpresa para essa coluna se, na volta do Chile, onde se encontra compenetrado em nocautear o projeto político do General Pinochet, o ator e cantor Yves Montand der uma passada pelo Rio.

No colunismo social de cunho político, as notas escolhidas pelos titulares sempre privilegiaram o caráter “secundário” do fato. Ali, os acordos velados, as articulações de bastidores, as jogadas políticas são tão ou mais importantes que a manchete de primeira página de um jornal da grande imprensa.

Outra característica das notas - mesmo quando o fato se passa, textualmente "em cena", é que geralmente não se trata do centro da cena. O centro da cena está ocupado pelos "assuntos sérios" - ou seja, definidos como tal na agenda mútua imprensa/campo político-social e, por definição, mostrados nas reportagens e colunas de opinião. Nas beiradas desta seriedade (com os mesmos personagens, ou como componentes marginais dos fatos) coisas acontecem ou são ditas sem receber as luzes principais de cena (BRAGA, 1999).

A forma de obter e divulgar informações em *off* no jornalismo político permanece até hoje e transformou-se em rotina: “Dificilmente o jornalista cita suas fontes. Dar notícias

obtidas “em *off*” significa não responsabilizar a fonte pela notícia. Por outro lado, o informante cuja identidade é mantida em sigilo também pode usar o jornalista com intenções políticas ou econômicas.” (ABREU, 2002). Alguns jornalistas (NOBLAT, 2002; NUNES, 2003) consideram que o abuso do *off* gerou uma grande deformação no jornalismo brasileiro. Essa deformação, fruto de determinado contexto político, permanece até hoje, e tornou-se uma prática utilizada tanto por políticos, quanto por técnicos do governo, que se protegem, dando apenas informações em *off*. O jornalista Augusto Nunes considera o uso do *off* um problema que sobrevive dos anos do regime militar, quando a disseminação destas informações “chegou a tal ponto que houve até a publicação de elogios em *off*”. Nunes, ex-diretor de redações de jornais como *Estado de São Paulo*, *Zero Hora* e hoje no *Jornal do Brasil*, até considera o uso do *off* possível ao servir de base para investigações, no sentido de orientar o repórter; mas é um ferrenho opositor da “declaração em *off*”, que surge no governo militar e ainda hoje pode ser visto na imprensa brasileira<sup>14</sup>.

Ainda assim, muitos jornalistas consideram o *off* um excelente meio de obter informação, em geral uma notícia quente, que de outro modo não seria revelada pelo informante. Durante a ditadura, os colunistas sociais, com seus espaços privilegiados, diferente das editoriais ligadas à geral, política e outros assuntos - presas às regras do lead e da objetividade (e proibidas de opinar) -, souberam usar com maestria este ponto a favor que o *off* lhes permitia. O espaço privilegiado das colunas, pelo alto grau de leitores, facilitava o jogo de interesses entre colunistas e fontes e atraía políticos às colunas mais conhecidas. Foi uma fonte privilegiada, em *off*, que abasteceu a coluna de Ibrahim Sued e permitiu ao colunista informar antes de toda a grande imprensa a nota abaixo:

**Tudo sobre o grandioso projeto Itaipu**

Exclusivo e em primeira mão: em junho próximo, estará definido o projeto Itaipu. Já está marcado o local da barragem, a poucos quilômetros do que fora anteriormente indicado. Custará 5 bilhões de dólares, sendo 2 bilhões a usina, 1 bilhão a barragem, 1 de equipamentos de transmissão e 1 bilhão de juros.

A prática do *off* continua amplamente utilizada em várias colunas de notas com alto índice de leituras que proliferam pelo país. Muitas vezes de modo perverso. Dines (2003) observa como os políticos trabalham para passar informações aos colunistas: “Eles passam

<sup>14</sup> “Eles mudaram a imprensa”, Entrevista concedida a Alzira Alves de Abreu (2003).

uma informação que, digamos, não é mentira, mas interessa a eles particularmente e não interessa a seus concorrentes; depois, o outro vem e também passa a sua. É uma colcha de retalhos, e é uma jogada de interesses, de *lobby*, tremenda. O jornalismo político hoje, é isso. Todo mundo entrou nessa onda da nota curtinha, onde você joga com interesses, faz uma piadinha...”. No livro *Intrigas da Corte*, Murilo César Ramos lembra um episódio ocorrido durante a elaboração da Constituição de 1988, quando, como jornalista, costumava ir ao Congresso Nacional, e encontrava sempre um amigo, assessor de imprensa de um dos mais importantes políticos em ação na no processo constituinte, “colado ao telefone, passando notas pitorescas, muito engraçadas, mas cheias de maldade, e literalmente inventadas, sobre supostos apêndices capilares de um adversário político do seu assessorado, para as equipes dos principais colunistas sociais brasileiros. Em troca dessas aparentemente inocentes maldades, meu amigo sempre tinha, para os colunistas, notas exclusivas, fatos concretos, sobre os bastidores do Congresso constituinte” (RAMOS, 2002:252). Ou seja, a simples fofoca maledicente sobre um adversário político era moeda de troca importante na barganha por notícias importantes sobre o a elaboração da nova Constituição brasileira.

\*\*\*

As novas tecnologias que informatizaram as redações e remodelaram o fazer jornalístico e fizeram com que o jornalismo brasileiro passasse por diversas transformações no período marcado como a redemocratização e a posterior Nova República. Entre as principais, estão a despolitização gradativa dos jornalistas e a ascensão de novas regras empresariais no fazer jornal, como explica Otávio Frias Filho: “A imprensa, de modo geral, passou a depender menos da inserção nos blocos de poder político e econômico e mais da sua inserção no mercado livre, na competição no mercado. Quando estávamos falando, em 1984, 1985, em fazer um jornal apartidário, estávamos procurando não só ressaltar como incentivar essa mudança na direção de uma imprensa cada vez menos dependente do poder político e cada vez mais dependente do jogo de forças do mercado. Com as vantagens e desvantagens que essa transição implica” (ABREU, 2003:282).

Soma-se a isso a influência do marketing e das pesquisas de mercado entre os leitores, e a gradativa fragmentação dos textos. As colunas de notas, iniciadas cinco décadas antes dando ênfase às amenidades da coluna social, acompanhariam as mudanças no jornalismo, englobando com cada vez mais frequência a política e a economia, originando as modernas colunas de variedades em que a política ocupa lugar de destaque, ou ao “colunismo político” que hoje é forte em toda a grande imprensa brasileira. Nas duas últimas décadas, o gênero cumpriria a previsão do jornalista do *El País*. Ou seja, as “colunas de picadinhos” tornaram-se cruciais para entender o que se passa pelo Brasil.

## Capítulo 4

### Colunas de notas hoje: o caso brasileiro

*Os textos são curtos, mas curto, aqui, não quer dizer superficial.*

*Trecho de editorial da Revista da Semana*

“Nada se compara à adrenalina de escrever uma coluna diária”, revelou recentemente em entrevista<sup>1</sup> o jornalista Ricardo Boechat, com a experiência acumulada de mais de 20 anos na mídia impressa<sup>2</sup>. O jornalista revelou que, apesar de ter se transferido para o telejornalismo e ocupar o cargo de âncora do *Jornal da Band* – com efetivo aumento de salário –, foi no espaço do jornalismo diário que conheceu as “emoções, tensões e frustrações” que marcaram sua trajetória como homem de mídia impressa. Estaria ele disposto a fazer novamente? Não. Para o jornalista, a coluna “é uma atividade sofrida, porém instigante”. No entanto, a proliferação das colunas de notas curtas é hoje uma realidade em toda a grande imprensa. Ou melhor: de textos curtos em grande parte dos jornais nacionais.

Talvez o exemplo mais sintomático dessa característica da mídia impressa brasileira tenha sido o lançamento, com estardalhaço e grande campanha publicitária, da *Revista da Semana*, lançada pelo Grupo Abril em agosto de 2007 – e *toda ela* composta apenas de textos curtos.

A revista tem como público-alvo os “leitores apressados” que não querem ficar sem informação. Por isso, o *slogan* escolhido pelos editores é “mais informação em menos tempo”. O editorial de seu primeiro número se propõe a fazer um panorama dos meios de

---

<sup>1</sup> Entrevista ao portal de comunicação *Comunique-se*, 30 de agosto de 2007.

<sup>2</sup> Boechat trabalhou 14 anos junto a Ibrahim Sued, e depois foi o titular da Coluna de Swann, no *Globo*, até se transferir para o *JB* e assinar uma coluna com seu nome. Em dezembro de 2008, o jornalista comandava o *Jornal da Band*, na televisão, é âncora de um programa de rádio na Band News e ainda possui uma coluna semanal na revista *Isto É*.

comunicação na atualidade: “Nunca tivemos acesso a tantas fontes de informação. Os jornais são cada vez mais ágeis. Os grandes centros urbanos têm rádios especializadas em notícias 24 horas por dia. Os canais a cabo oferecem mais de cem opções. E a internet permite que acessemos milhões de *sites* do mundo inteiro a qualquer momento”. O texto responde, então, à pergunta: por que lançar uma revista noticiosa neste cenário? “Alguém precisa filtrar e organizar esse *tsunami* de informação. Queremos ajudá-lo a se mover nesse turbilhão sem perder nada de importante”.

Vale a pena conferir mais um trecho da proposta da revista em seu editorial.

Você tem em mãos uma revista diferente. Ela é propositadamente fininha, tem apenas 52 páginas, mas isso não impede que leve a você, toda semana, mais de 150 notícias e informes. Nossos editores lêem mais de 200 jornais e revistas do mundo inteiro a cada semana, filtram as notícias mais relevantes e destilam esse conteúdo em um texto direto, objetivo e gostoso de ler. **Os textos são curtos, mas curto, aqui, não quer dizer superficial.** O objetivo é apresentar a notícia, as principais opiniões correspondentes (muitas vezes antagônicas) e o que isso tudo significa **no menor espaço possível.** O resultado é esse: a REVISTA DA SEMANA. **Notícias na medida do seu tempo,** idéias surpreendentes, fotos extraordinárias e as charges mais divertidas ou contundentes reunidas num só lugar (REVISTA DA SEMANA, número 1, 2007, grifos nossos).

Como vimos nos capítulos anteriores, a consolidação dos textos curtos no jornalismo impresso brasileiro, a começar pelas colunas de notas, obedece a fatores mais complexos do que uma análise superficial poderia determinar. Crise do papel dos anos 1950 em diante, imposição de técnicas jornalísticas ao estilo norte-americano, substituição de um jornalismo político e literário por um noticiário mais objetivo e informativo, pesquisas de mercado, tendências mercadológicas, entre outros fatores. Tudo isso contou para que o fenômeno chegasse à atualidade deste começo de século com bastante força.

A influência do mercado sobre as redações se fez sentir de muitas maneiras. Nas últimas décadas do século XX, os jornalistas foram obrigados a produzir textos menores, a escolher títulos sintéticos, a se preocupar com o uso da imagem. “Proliferaram as colunas de notas curtas, que têm um número elevado de leitores. Passou-se a utilizar com maior intensidade recursos gráficos como tabelas, quadros e mapas. Na transmissão da notícia, foi adotado um padrão impessoal, seco, descritivo, rigoroso, no sentido de não expressar juízo

de valor. Os comentários pessoais foram reservados aos artigos e às colunas assinadas” (ABREU, 2002). As opiniões da *Revista da Semana* nunca são emitidas por quem escreve a nota, mas de uma seleção feita pelos editores sobre como ela repercutiu na imprensa durante a semana anterior.

As colunas de notas, porém, apesar do caráter informativo e efeitos de objetividade, mesmo em sua fase mais “social”, nunca deixaram de emitir opiniões.

### **A mídia e as mudanças nas esferas política e econômica**

Foi uma longa trajetória. As antigas colunas sociais se reinventaram e hoje já não podem ser classificadas como sociais, no sentido mundano do termo. Da primeira coluna social a adquirir prestígio na imprensa brasileira - ainda nos anos 1940, através de Jacinto de Thormes -, o gênero encontrou seu apogeu nos anos “dourados” da década de 50, quando a influência cultural dos Estados Unidos torna-se determinante, e depois experimentaria os percalços e a aproximação com o poder nos anos de chumbo da ditadura. As colunas de notas atravessaram a redemocratização, proliferando-se, transformando-se e reinventando-se à medida que a imprensa se modernizava e entrava na era da informática. Seus textos tornaram-se cada vez mais sintéticos. A busca por uma boa frase de efeito pode ser o estopim de uma nota de teor mais crítico.

Zózimo - *Jornal do Brasil*, 24/11/1995:

O problema em Brasília é o tráfico de influência. Já no Rio é a influência do tráfico.
---

Hoje há na mídia impressa brasileira colunas que podemos chamar de informativas ou de variedades, nas quais a principal característica é ter a política como referência. A cobertura das festas do *grand monde* nestas colunas não foi de todo restringida, e há mesmo em alguns jornais – e principalmente no interior – colunas tipicamente “sociais”, que continuam a buscar o *glamour* e o luxo das famílias ricas e poderosas, agora acrescidos

daqueles personagens escolhidos pela indústria das celebridades a figurar nestes espaços jornalísticos<sup>3</sup>.

Ao completar 20 anos de coluna, o colunista Zózimo Barrozo do Amaral, em entrevista ao programa Memória Nacional, afirmou que a melhor maneira de interessar a um grupo cada vez mais amplo de leitores era não ter restrição a qualquer tipo de assunto. “Se o fato é notícia, não importa que seja esportivo, econômico ou mundano: a coluna está aberta a ele”. E justificava: “As pessoas hoje não têm muito tempo para ler o jornal. Se encontrarem um pouco de cada coisa na coluna, ela será muito mais lida” (AMARAL, 2005).

A esfera política nacional também sofreu mudanças consideráveis nestas últimas três décadas, e o jornalismo várias vezes foi confrontado com os novos valores da notícia. A política precisou aprender a funcionar como fonte jornalística para a imprensa e a tirar vantagem disso, a produzir fatos-notícia, ou pseudo-eventos organizados de acordo com a lógica dos critérios adotados pelos jornalistas para identificar aquilo que seria “noticiável” e que se transferem facilmente para as edições dos jornais e telejornais; aprendeu a explorar em seu favor a expectativas dos jornais por frases e efeitos, declarações bombásticas e fatos dramáticos ou espetaculares (GOMES, 2005). Nas assessorias de vereadores, deputados, senadores e outros membros da classe política, já há jornalistas especialistas em abordagens que simulam o estilo do colunista titular a quem a notícia – verdadeira ou falsa, plantada ou não, até com o uso de jargões e bordões típicos do estilo da coluna escolhida - interessa ver publicada. O meio político aprendeu, enfim, a compreender a diferença entre televisão e jornalismo impresso, produzindo espetáculos visuais para aquela e discursos para este, e entendeu a rotina produtiva empregada, programando, por exemplo, os eventos e declarações que interessam ver publicados para antes do horário de fechamento das edições (idem).

Talvez nenhum outro meio tenha sido tão contaminado pela proposta de misturar entretenimento à informação como a televisão. No livro “Vende-se política”, o inglês Laurence Rees estuda como a televisão é freqüentemente utilizada como veículo de propaganda e manipulação política. O autor entrevistou assessores de confiança e

---

<sup>3</sup> As colunas sociais ao estilo antigo são ainda um gênero existente em várias regiões do Brasil, em especial em cidades do interior. Nestes casos ainda é comum o uso da coluna como “balcão de classificados”, onde – numa confluência entre publicidade e jornalismo – produtos são divulgados e as famílias mais ricas pagam ao titular da coluna para ver, por exemplo, a festa de debutante da filha ou o casamento do primogênito em fotos no jornal.



publicitários que trabalharam com o ex-presidente dos Estados Unidos Ronald Reagan, para constatar que o ex-ator, durante seu mandato presidencial, parecia ter absorvido grande parte de seu sistema de valores morais dos filmes hollywoodianos, e até mesmo fazia julgamentos com base em referências de filmes. “Seus conselheiros de propaganda, notadamente Michael Denver, abordavam todos os assuntos utilizando termos da indústria do entretenimento. Sua noção mais importante era aquela que partilhavam com Goebbels – que o filme e, por extensão, a televisão, são veículos de entretenimento. ‘Estes rapazes’, apontou Denver, ao falar dos jornalistas dos noticiários de televisão, ‘enganam-se a si mesmos com a idéia de que estão no ramo das notícias. Não estão, eles estão no ramo do entretenimento’” (Rees, 1995)<sup>4</sup>. A noção de entretenimento associado à informação mostra-se uma característica inerente à construção do tema deste trabalho, quando reiteramos as características principais do columnismo nacional, ou seja, a apegos aos rumores dos bastidores, às piadas ou fatos curiosos do cotidiano das cidades, ou mesmo a mera fofoca. No entanto, como salienta Braga (1999), na política, a fofoca – “tida como um comportamento provinciano, de quem não tem o que fazer” - parece se imiscuir, junto com os boatos, nos assuntos mais relevantes e graves.

Fora a acusação de que a imprensa em geral tenderia a preferir sempre o ângulo mais espetacular, a superfície ornamental sobre o âmago da questão - as notas, talvez não no teor específico de cada uma, mas no conjunto, saltando de um tema para outro sem aprofundar, parecem estruturalmente condenadas a merecer essa caracterização como um conjunto de fofocas. Nessa perspectiva, as colunas em estudo poderiam ser relacionadas a matérias como "Gente", da Revista *Veja*, ou certas colunas sociais, com que compartilham a formulação em nota curta. A diferença seria dada apenas pelo fato de que, aqui, os personagens são do mundo político e não do mundo do espetáculo ou da "sociedade". Nesse padrão analítico apressado, não há observação sistemática: trata-se apenas de uma reação impressionística para favorecer a resposta mais óbvia (BRAGA, 1999: idem).

Também no aspecto econômico o jornalismo brasileiro assumiu de vez seu lado empresarial, investindo cada vez mais em pesquisas de marketing. Hoje, a grande maioria

---

<sup>4</sup>Não é o propósito deste trabalho estudar a mídia televisiva. Quis aqui ressaltar como a aposta no jornalismo de entretenimento, próprio da TV, também atinge hoje grande parte da mídia impressa. Para mais informações sobre a política e o jornalismo transformados em ficção e entretenimento, ver “Vida, o filme: como o entretenimento conquistou a realidade”, Neal Gabler (1999).

dos jornais do Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília utiliza o recurso da pesquisa junto ao leitor, a fim de definir suas características sócio-econômicas, culturais e políticas, e também sua relação com o jornal. Alguns fazem esse tipo de acompanhamento a cada dois anos. Outros acompanham diariamente a reação dos assinantes, com o objetivo de observar seu próprio desempenho e ressonância (ABREU, 2002:29). Criou-se, portanto, uma relação estreita entre as exigências mercadológicas e as redações, com novas formas de apresentação de matérias.

Um dos jornais que mais investiu em pesquisas mercadológicas foi a *Folha de São Paulo*. Segundo Otávio Frias Filho, nas últimas décadas, a imprensa, de modo geral, “passou a depender menos da inserção nos blocos de poder político e econômico e mais da sua inserção no mercado livre, na competição no mercado” (FRIAS apud ABREU, 2003). O período de mudanças mais radical na área editorial da *Folha* tem início em 1984, ainda nos estertores do regime militar. “Nós colonizamos o jornal com bastante intensidade, antes de os outros adotarem essa política, pelo menos no Brasil. Fizemos também uma política de cadernização que não havia no Brasil, e os outros jornais, de certa forma, também acompanharam isso. Passamos a fazer uma utilização muito intensa e ostensiva de recursos gráficos, do tipo tabelas, quadros, mapas”<sup>5</sup> (Idem).

Tudo isso afetou também aquele personagem sem o qual não haveria a imprensa: o jornalista. Frias comenta que a *Folha*, nas duas últimas décadas do século XX, combateu a idéia romântica do jornalista como um ente imbuído de um mandato delegado pela sociedade e defensor dos setores mais oprimidos. “Combatemos muito essa idéia missionária. Identificávamos essa idéia com a politização de esquerda do período imediatamente anterior e achávamos que, até pelo desenvolvimento pendular das coisas, deveríamos contrabalançá-la com a idéia de que o jornalista tem um mandato mais restrito, mais objetivo e até mensurável, que é o mandato que lhe é delegado pelo conjunto de leitores” (Idem, ibidem).

Ao mesmo tempo, também colocávamos como pressuposto da atuação jornalística que nos propúnhamos ter a idéia de que o jornalismo é um bem de natureza cultural, mas que funciona na sociedade exatamente como mercadoria. Procuramos fazer uma des-romantização da maneira

---

<sup>5</sup> Frias Filho refere-se aos infográficos, que se beneficiaram muito com os programas de editoração eletrônica informatizados. Hoje os infográficos estão presentes em toda a mídia impressa, principalmente em revistas.

de encarar a profissão. Acho que isso exerceu uma certa influência sobre as gerações que estão hoje nas redações (FRIAS, apud ABREU, op. cit).

Ao longo de toda a segunda metade do século XX, os jornalistas, considerados por muitos os porta-vozes da opinião pública, se distanciaram desse papel, que passou a ser desempenhado pelas pesquisas de mercado. São as informações trazidas em pesquisas sobre o público – o que ele pensa, o que consome, seus gostos e preferências – que orientam hoje a mídia e os políticos. Em resposta às pesquisas de mercado, surgiram cadernos sobre temas específicos, como vestibular, informática, saúde etc; ou suplementos dirigidos a segmentos determinados, como mulheres e jovens. Tornaram-se também freqüentes os números especiais sobre eventos ou instituições, interessados, nesse caso, em atrair publicidade. Hoje há jornais em que o setor comercial trabalha junto às redações, algo impensável até pouco tempo atrás, numa sutil e algumas vezes perigosa confluência entre jornalismo e publicidade<sup>6</sup>, com a área jornalística cada vez mais aberta às “sugestões” dos setores comerciais e dos anunciantes.

É claro que as colunas de notas não ficaram imunes às mudanças ditadas pelas pesquisas de mercado. Como vimos, a grande imprensa agora investe pouco em colunas sociais mais tradicionais, em que pese o fascínio que os ricos e famosos continuam exercendo sobre os leitores. As figuras importantes pouco mudaram, mas algumas empobreceram ou perderam o brilho; a outras, “emergentes”<sup>7</sup>, parece faltar o *glamour*, que suscita identificações e projeções coletivas. “As colunas de hoje passam ao largo do *grand*

---

<sup>6</sup> Entre as “sugestões” (na verdade, pressões) que a área comercial exerce sobre as redações, podemos dar como exemplo o esforço do *Jornal do Brasil* para se manter vivo num meio de absoluta concorrência. O depoimento de uma das editoras do Caderno B é ilustrativo: “Eu vi que na revista *Domingo* o setor comercial dava muitas sugestões, às vezes fazia pedidos aos editores. Existe aqui no jornal um conceito que foi criado e se chama *Unidade de Negócios*. Esse conceito é o seguinte: há uma pessoa do departamento comercial que trabalha sempre com o editor, para pensar oportunidades do jornal buscar anúncios. Com isso, buscou-se facilitar um diálogo maior entre a área comercial e a redação, como neste exemplo: a redação informa ao setor comercial que vai publicar uma edição especial em homenagem ao Chico Buarque; então vamos buscar anúncios que tenham a ver com Chico Buarque, nas gravadoras etc. Agora às vezes também vem no sentido contrário, o departamento comercial diz à redação que pretende vender anúncios sobre, digamos, “roteiros da serra”, pois estão captando anúncios sobre pousadas, e também de restaurantes localizados na região serrana. Eles podem sugerir à revista *Programa* que dê capa com o assunto “Serras”. A matéria não será pautada pelo valor, mas é uma tentativa de criar oportunidades de atrair anúncios. Como neste outro exemplo seguido pelo caderno *Idéias*, quando à época da Bienal do Livro propôs que fosse feita uma matéria sobre “novas editoras”, para tentar atrair anúncios também. [Entrevista com a editora de cultura do *JB* Anabela Paiva, setembro de 2004].

<sup>7</sup> O termo “emergente” foi cunhado pela colunista Hildegard Angel, para definir um tipo de “novo rico” que diferia do tradicional habitante do *high-society* carioca. Este, segundo a jornalista, seria culto, apreciador da cultura européia e com residência nos bairros nobres da Zona Sul do Rio de Janeiro. Aquele, desprovido das referências da alta sociedade, estaria ascendendo não pelos sobrenomes de famílias tradicionais, mas graças ao investimento em redes de padarias e motéis. Sonhos de consumo: carros importados e compras em Miami.

*monde*, privilegiando assuntos econômicos e políticos da cidade. Os temas políticos são prioritários em ambos os casos, muitas vezes funcionando como sugestões de pauta para editorias jornalísticas” (SODRÉ & PAIVA, 2004:28). É ilustrativo o comentário da jornalista Márcia Peltier, que assina desde 2006 uma coluna de notas no austero *Jornal do Comércio*, voltado para notícias que privilegiam a economia.

Eu não faço coluna social. Nunca fiz, nem no *Jornal do Brasil*. Sempre priorizava assuntos sociais, mas nunca foi minha pauta. O mundo é tão multifacetado que não considero cabível ter uma coluna que fale apenas de eventos sociais, que muitas vezes só dizem respeito a um grupo muito específico de pessoas. Não acredito nesse tipo de colunismo. Isso foi em outra época, muito centrado no Rio de Janeiro, mas havia, também, em São Paulo, Brasília... Mas, essa época acabou. Acho que o mundo, hoje em dia, quer ver um pouco de social, sim, mas houve uma mudança de foco, entrou em outro estágio. A grande estrela agora são as pessoas que acontecem, podendo ser artistas ou até um político que esteja na crista da onda no momento (MÁRCIA PELTIER, 2006).

### **As colunas se reinventam**

A julgar pelas exigências mercadológicas, as colunas de notas souberam captar os desejos de seu público. Já vimos que as configurações jornalísticas das colunas de notas e seus personagens – os colunáveis – foram variando ao longo dos tempos. Além disso, as mudanças culturais ao longo das últimas décadas do século XX – quando o jornal impresso perde para a televisão o posto de protagonista do debate político na esfera pública – também afetaram a linguagem jornalística. As colunas que mais se sobressaíram na concorrência cada vez mais forte da mídia impressa foram aquelas que souberam captar as tendências sociológicas de sua época e adaptá-las de forma original aos seus leitores. Antes, bastava o faro jornalístico do colunista titular. Hoje, como vimos, as pesquisas ajudam.

Muitos me perguntam quais os critérios para que uma notícia saia na coluna. As notas selecionadas nós farejamos de acordo com o momento. Por exemplo, na época do filme *Tropa de elite* e toda aquela celeuma sobre a pirataria, a coluna deu várias notas sobre o assunto. Agora, eu também gosto das pesquisas que o jornal faz com os leitores. Adorei saber que ninguém agüentava mais ouvir falar em Renan Calheiros, ex-

presidente do Senado. As pesquisas também ajudam na seleção do que entra ou não na coluna<sup>8</sup>.

Foram as pesquisas entre os leitores que levaram o jornal *O Globo* a promover mudanças recentes nos colunistas de seu Segundo Caderno. Tomemos como exemplo a coluna de Joaquim Ferreira dos Santos, que estreou no *O Globo* em substituição à de Hildegard Angel, titular de uma coluna social nos moldes antigos, com descrições sobre salões, festas e o cotidiano da alta sociedade. Segundo a direção do jornal, as pesquisas indicavam que este estilo “social” de Hildegard, apesar de abrir espaço também para comentários sobre política, estava defasado. Entra em cena Joaquim e sua coluna, “Gente boa”, que logo angariou grande sucesso entre os leitores, fazendo com que seu espaço, na página 3 do segundo caderno, de terça a sábado, fosse ampliado, meses depois, para mais de meia página e com mais fotos. Joaquim não privilegia os “bem nascidos” ou celebridades televisivas – há ali espaço também para “personagens de rua e populares que todos conhecem, mas não tinham espaço numa coluna nos moldes tradicionais”, diz o colunista.

A coluna de Joaquim Ferreira dos Santos tem um título sintomático: “Gente Boa”, e não “Gente Bem” [como eram rotulados os colunáveis por Jacinto de Thormes]. A troca do advérbio pelo adjetivo é claro sintoma de mutação tanto na forma de tratamento dos bem postos na vida social quanto na sua seleção. Os personagens da coluna têm agora a ver com a mídia ou com situações suscetíveis de passar pelo crivo da midiaticização, tais como festas, eventos esportivos da moda, flagrantes da vida de cantores populares etc. Passou-se definitivamente do sobrenome importante para o status midiático, mas em termos de predomínio jornalístico, já que também há espaço para a valorização social do estamento mais antigo dos socialites (SODRÉ & PAIVA, *idem*).

Sodré explica que o termo “estamento” se entende como um grupo social definido pela formalização de um *status* e pela garantia de determinados privilégios a seus titulares. “Estamento (*Stand*, em alemão), por exemplo, é como o grande sociólogo Max Weber classificava o grupo dos detentores do poder burocrático. É desta natureza social o grupo contemporâneo de cantores, compositores, produtores culturais, modelos – artistas

---

<sup>8</sup> Entrevista com Ancelmo Gois, outubro de 2007.

profissionais e aspirantes” (ibidem). A coluna de Joaquim inova ao limitar os comentários do colunista para dar vazão às ações e comentários dos personagens da coluna, e neste sentido é pródigo em revelar o comportamento dos aspirantes a celebridade no Rio de Janeiro.

Assim, no lançamento de uma peça teatral de um ator (de televisão) famoso, ou na noite de autógrafos de um literato com pleno desenrolar na esfera midiática, não será a peça ou o livro o objeto da cobertura jornalística; mas sim o que aqueles personagens em volta estavam vestindo, o que eles acham do autor, quais são seus planos para o futuro etc. Geralmente a frase escolhida revela sutilmente uma característica involuntária do personagem, e não raro do ambiente social escolhido. Estamos de volta ao que Gomes definiu como “os interesses fora de cena”, ou, segundo Braga, ao intuito de revelar o que é “secundário” na informação. Na coluna de Joaquim, o interesse real é delimitar a quantas anda a temperatura de um certo tipo de personalidade midiática inserida neste estamento peculiar. Como salientou Muniz Sodré, a coluna de Joaquim pode não ser nada de definitivo em termos de fórmula jornalística, “pode ser até mesmo que mude a médio prazo, mas certamente dá boas indicações quanto à mitologia pequeno-burguesa e contemporânea do social” (SODRÉ, Ibidem).

Sodré completa: “o fato é que a velha farolice da burguesia mercantil dá lugar ao estamento dos espetáculos, que hoje frequenta palácios de governo e já faz até mesmo ministros de Estado”. A mídia, segundo Sodré, tornou-se o “novo intelectual coletivo das classes dirigentes”.

Nessa minha trajetória pela imprensa, observei que a coluna social, como era antigamente, acabou, não existe mais. Isto ocorreu em função do próprio desenvolvimento social do país e, também, porque os profissionais de imprensa estão mais bem preparados e antenados para todo o tipo de assunto, portanto, podem apurar e escrever notas de todas as áreas, como economia, política, educação. A abertura política deu ao colunismo uma nova dimensão. Se antes ele era só social ou se limitava a traduzir as notícias de colunas americanas e francesas, nós devemos à abertura o fato de hoje tratarmos, sempre com responsabilidade, assuntos que variam de economia a futebol, da política ao *gossip*. Todo mundo adora um *gossip* (ANNA RAMALHO, 1998).

Também a coluna de maior número de leitores do *Globo*, a do jornalista Ancelmo Góis, não dispensa pesquisas. Difere da de Joaquim por investir predominantemente em notícias políticas e econômicas e outras voltadas ao cotidiano do Rio de Janeiro<sup>9</sup>. Junto a outros colunistas, que não necessariamente escrevem colunas de notas, Góis é uma das estrelas do jornal, aparecendo em campanhas publicitárias do Globo na televisão, sendo convidado para palestras e assediado diariamente por assessorias de imprensa. Beneficiou-se do que Augusto Nunes chama de “jornalismo de *griffe*”: “O jornalismo valoriza cada vez mais assinaturas que equivalem a *griffes*: você quer saber quem está escrevendo. Trezentos mil caras já escreveram sobre o filme *Casablanca*, mas você quer saber o que o Ruy Castro tem a dizer. Você quer saber o que o Armando Nogueira pensa do Garrincha, coisas assim. Para diferenciar o jornal dos outros veículos, para que ele tenha o seu espaço num mercado em que estão o rádio, a revista e a televisão, você tem de usar *griffes*. E a *griffe* estará associada a fórmulas imortais, como entrevistas e perfis”<sup>10</sup>.

Mas existem outras colunas de notas em que o anonimato, ou a impessoalidade dos textos, para alguns autores, seria mais importante que o colunista que a assina. Estamos falando do “colunismo político” dos primeiros cadernos, marcado por colunas de notas que já estão presentes na mídia impressa há anos, e se consolidaram como espaços que repercutem no meio político, como o Informe JB, do *Jornal do Brasil*, e o Painel, da *Folha de São Paulo*. No artigo “Varejo”, o pesquisador José Luis Braga propõe-se a estudar estes dois espaços jornalísticos, partindo da percepção de que o produto “colunas”, como instância mediática voltada para temas políticos, estabelece relações entre o espaço de poder do estado (com seu entorno negociador e decisório, a política dos políticos); e o espaço pessoal privado (seja da ordem do individual, seja referente ao grupal, comunitário, profissional). Braga está interessado em analisar a qualidade e as características do produto *ao exercer este papel de intermediário entre as duas esferas* (BRAGA, 1999, grifos do autor).

O próprio “anonimato” das notas (no caso do Painel) e a indiferenciação de autores (no Informe JB) deve ser considerado um elemento positivo, no que nos interessa. Com isto, dilui-se a perspectiva autoral, que

---

<sup>9</sup> Não por acaso, a coluna está situada na editoria Rio.

<sup>10</sup> Eles mudaram a imprensa”, entrevista para o livro.

tornaria a coluna expressão das posições de um analista. É fácil perceber esta peculiaridade quando se compara as duas colunas em análise com uma coluna de formato similar, no *Correio Brasiliense* - entretanto assinada por jornalista de renome. Embora na formulação esta seja comparável às que examinamos, percebe-se na verdade sentidos, posições, interferências no fato político muito diferenciadas. No *Correio*, as notas se apresentam como de alguém que "está por dentro" - que, de algum modo, se atribui a autoridade de "dizer a coisa política como ela é". O efeito é muito menos interessante que o produzido pelas colunas do JB e da Folha.

### **Fragmentação dos textos: seria a saída para a mídia impressa?**

Como vimos, outra característica marcante das colunas de notas é o discurso textual, em que a informação vem conjugada com entretenimento, tornando-se por vezes difícil diferenciar os dois. Voltaremos, na parte teórica desta pesquisa, a enfatizar o discurso característico das colunas de notas. Características que tornaram o gênero algo único no jornalismo mundial, como bem definiram três dos mais renomados colunistas das últimas décadas. Segundo Zóximo,

A coluna que se faz hoje no Brasil não se faz em nenhum outro país. Lá fora, cada assunto tem sua coluna específica, e os colunistas não escrevem mais do que duas ou três vezes por semana<sup>11</sup>.

Para Ricardo Boechat,

É inconcebível a idéia, em qualquer outro país, de que você tenha a notícia de que o presidente vai morrer amanhã e isso permaneça na sua coluna. Fora daqui, a grande notícia não fica na coluna, ela é transportada para pretensos espaços mais nobres do jornal. Já no Brasil, as colunas são o espaço nobre, de alto índice de leitura<sup>12</sup>.

Por último, Ancelmo Gois:

O jornalismo político e o colunismo, em especial, cresceram bastante no Brasil. A rigor, só aqui existem colunas políticas de notas. Geralmente, o colunismo, no mundo inteiro, é de ensaios, de opinião. São artigos em que o colunista é o articulista, como era o Castelinho no JB. Coluna de

---

<sup>11</sup> "Zóximo diariamente", op. cit.

<sup>12</sup> Entrevista ao site Comunique-se, outubro de 2007.



notícias é uma coisa quase unicamente brasileira. E essas colunas são âncoras de leitura, é através delas que o leitor começa a ler o jornal<sup>13</sup>.

Seria o estilo próprio das colunas de notas, com seu discurso heterogêneo, ao mesclar objetividade a comentários maliciosos, a razão do seu sucesso entre os leitores? Novamente devemos tomar cuidado para com possíveis reducionismos. Diante da evolução da atividade jornalística, é preciso um novo olhar sobre as teorias classificatórias dos gêneros jornalísticos desenvolvidas desde o final dos anos 1950 e que têm sido até hoje objeto de estudos nas faculdades de jornalismo. A professora Lia Seixas, da UFBA, alerta que “a principal crítica, hoje, é que [essas teorias] não acomodam a grande variedade produzida pela evolução da atividade jornalística, da qual surgem gêneros mistos, influenciados pelas novas mídias (digitais)”. A coluna de notas na imprensa brasileira, com toda a sua polifonia de sentidos, é com certeza um novo “gênero misto” a que a autora se refere. Dadas as constantes metamorfoses que este gênero sofreu – de 1945 até os dias de hoje, podemos ir além e afirmar que as colunas informativas de notas brasileiras constituem um gênero em permanente reinvenção.

Gois, apesar de achar que a imprensa brasileira acerta mais do que erra, é enfático nas críticas ao jornalismo político no Brasil, em especial à “atração pela fofoca”<sup>14</sup>: “Jornalismo e colunismo político tem muita cascata, sofre de muita empulhação. Havia um colega do *JB* que quase toda semana baixava um decreto dizendo que era proibido falar de divergências no PMDB (...) Sinceramente, não sei a causa de se fazer um jornalismo político tão ruim como se faz no Brasil. Não sei porque esta atração pela fofoca, esse jornalismo de lavadeira”<sup>15</sup>.

---

<sup>13</sup> A importância das colunas na mídia impressa brasileira não impressionaria apenas o repórter do *El País*, como vimos. Após passar sete anos na França, o jornalista Roberto D’Avila, mudou-se para o Rio de Janeiro em 1980, e diz que poucas vezes viu “um lugar em que uma coluna era tão importante. O Zóximo era leitura obrigatória para se saber o que estava acontecendo na cidade” (...) (Amaral, op. Cit).

<sup>14</sup> “Colunismo político”, artigo para o livro “Lições de Jornalismo”.

<sup>15</sup> O fato de o titular de uma das colunas mais lidas no Brasil ter esta visão pessimista do jornalismo exercido no Brasil – onde a apuração e a construção da notícia é suplantada pela “fofoca” também é repetida por um dos blogs mais críticos da imprensa brasileira, o *Imprensa Marrom*. Ali, o titular do blog, que assina sob o pseudônimo de Gravataí Merengue, não hesita em reafirmar a questão na qual a imprensa brasileira virou o terreno preponderante da fofoca: “praticamente todo o jornalismo brasileiro – inclusive o que se intitula “investigativo” – é resultado de pura e simples fofoca. Talvez tenha sido assim desde o início dos tempos, mas nos dias de hoje a coisa está realmente feia. Há não somente interesses políticos partidários, mas acima de tudo uma grande pobreza profissional” (2007).

O jornalista Ricardo Kotscho, do alto de mais de 30 anos como jornalista, faz um relato sintomático de como um boato, uma rumor que começa numa coluna de notas, pode virar notícia de primeira página. Kotscho experimentou o assédio da imprensa quando, no primeiro governo Lula (2003-2006), ocupou o cargo de titular da Secretaria de Comunicação e Divulgação da Presidência da República, do governo Lula. Escolhemos um trecho de uma entrevista do jornalista à revista *Caros Amigos*, em outubro de 2004:

Kotscho: (...) O que acontece, já conversei com vários chefes de redação, é como surge o ciclo da notícia. Tem um colunista em Brasília, não vou dizer o nome, que reproduz a coluna em vários jornais brasileiros, e começa ali, é a origem, já me nomearam embaixador do Brasil na Alemanha. Até não acho má idéia, mas não está nos meus planos. Enfim, nunca falei isso, nem de brincadeira, e o cara publica. Estou falando de um caso, mas isso acontece frequentemente. Sai uma nota na coluna do cara, me liga um repórter de um grande jornal, de uma grande revista: “Ô, Kotscho, estou com um assunto aqui meio desagradável, mas me pediram de São Paulo, do Rio, a chefia, uma pauta especial”. “O que é?” Aí, o repórter fala o assunto. Eu falo: “Isso não é pauta especial, esse fato não existe. Saiu hoje na coluna do fulano de tal”.

Caros Amigos: Cláudio Humberto, n<sup>16</sup>é? Pra não deixar o leitor no ar.

Kotscho: Olha, não vou dizer o nome dele. Aí, o que acontece? Sai matéria assim mesmo. Porque a tese já está aprovada. Sai no jornal e no fim de semana as revistas já adotam aquela tese. Aí termina no New York Times. Começa ali, passa pro jornal, vai pra revista. E essa é a questão central mais difícil ao falar da imprensa brasileira, como jornalista há quarenta anos. Antes, nós repórteres é que levantávamos os assuntos e levávamos para publicar. Agora, [a notícia] começa numa coluna de fofocas e atravessa toda a mídia, impunemente<sup>17</sup>.

---

<sup>16</sup> O jornalista Cláudio Humberto, ex porta-voz do presidente Fernando Collor, era titular de uma coluna de notas no *Correio Braziliense*, republicada em diversos jornais do território brasileiro.

<sup>17</sup> “O guardião do Planalto”, entrevista com Ricardo Kotscho, Revista Caros Amigos, nº 91, 2004. A declaração final de Ricardo Kotscho é um sinal do preconceito contra os colunistas (afinal, o autor parece supor que quem assina colunas nem é jornalista, pois, antes, “nós jornalistas é que levantávamos os assuntos”). E, com certeza, o jornalista deveria saber que a classificação do colunismo informativo como “colunas de fofocas” também é errada. O veterano jornalista Franklin Martins, hoje chefe de comunicação da presidência da república, conta que nos primeiros meses do primeiro governo Lula, a equipe do presidente, pouco acostumada à cobertura política de Brasília, ficava “espantadíssima” ao ver nos jornais detalhes de reuniões sigilosas realizadas no palácio do Planalto. Kotscho, então assessor de imprensa de Lula, não se conformava com as aspas reproduzindo frases de Lula em reuniões fechadas, às vezes publicadas em diferentes jornais. “É claro que os relatos às vezes eram fiéis, às vezes, nem tanto. O mérito ou a culpa, evidentemente, era do participante da reunião que reproduzia com maior ou menor rigor o que havia acontecido entre quatro paredes” (Martins, 2005).

É interessante constatar que a maior parte dos jornalistas mais veteranos de nossa imprensa desprezam o enxugamento dos textos, a imposição pela notícia curta que hoje predomina no cenário nacional. Augusto Nunes é taxativo: “Acho um equívoco. Acho que é uma concessão, perigosíssima, à preguiça do leitor brasileiro. A falta de tempo é um fenômeno mundial. O americano, segundo várias pesquisas, tem 44 minutos por dia para ler. Esse “ler” inclui jornais, revistas, livros, tudo. Acho que aqui não é muito diferente. Lá tentaram a fórmula do *USA Today*, que não emplacou. Porque aquilo é uma sinopse, uma coletânea de notícias do tamanho usado nos noticiários de televisão. Horas depois, ninguém lembra o que leu. A notícia curta, para mim, é o caminho mais curto para tentar mostrar, equivocadamente, que o jornal é desnecessário”<sup>18</sup> (2003:327).

Wilson Gomes chega a combater o argumento dos donos de jornais da grande imprensa, de que a estruturação da notícia em textos curtos é “um respeito ao tempo do consumidor de notícias” como apregoa a *Revista da Semana*, no começo deste capítulo. Para o pesquisador, esse argumento é apenas um alibi.

A lógica da informação, muito diferentemente do que se diz, é voltada para reter o consumidor da informação, entretendo-o, cada vez mais. Afinal, nunca se produziram tantos materiais informativos como agora. Este princípio é apenas o indício mais visível de que aqui reina uma lógica de diversão, em cujo extremo de realização é presidido pela afirmação que nada mais deve ser solicitado ao destinatário da informação do que um *consumo distraído*. Distraído e impaciente, tendo diante de si uma multiplicidade de informações, navega o consumidor entre os materiais no ritual cotidiano da informação por diversão. **Por isso, os textos devem, ser curtos, em ritmos argumentativos cada vez mais lineares, em percursos de exposição conhecidos e familiares e, sobretudo, com o máximo possível de beleza plástica (imagem, cores, paginação “limpa” etc): tudo isso que a cultura jornalista chama de agilidade ou dinamismo do texto**, ou seja, a propriedade que um texto pode ter de não solicitar agilidade ou dinamismo algum de seu leitor, ouvinte ou espectador (GOMES, 2005:316, grifos nossos).

---

<sup>18</sup> As opiniões de jornalistas veteranos contidas neste trabalho, embora sejam a nosso ver importantes para a pesquisa, refletem por vezes um caráter pessoal e contraditório. Alguns idealizam um passado em que a imprensa era mais politizada, e as imposições mercadológicas não tão acentuadas. Outros tendem a superdimensionar seu papel no comando das transformações que mudaram os jornais brasileiros da segunda metade do século XX aos dias de hoje, sem considerar fatores externos e outros personagens importantes. Para mais detalhes de como os jornalistas constituem uma história própria e pessoal, ver “Eles mudaram a imprensa” (2003), e “História cultural da imprensa: Brasil – 1900-2000” (2007).

Para Gomes, ao seguir esta lógica a mídia e seus oligopólios de informação indicam apenas que se dispensa “tudo aquilo que possa parecer profundo, solicitar memória e referências históricas ou culturais, exigir um esforço de produzir raciocínios sutis e seguir complexas ordens de razões. Tudo deve ser imediatamente compreensível” (GOMES, *ibidem*).

Não obstante essa visão pessimista que muitos jornalistas veteranos e teóricos ainda possuem dos textos curtos e também das colunas de notas, uma pergunta se impõe: por que, então, essas colunas são tão assediadas por políticos das mais diversas matizes, e também, como elas conseguem publicar antes de toda grande imprensa notícias que poderão virar grandes manchetes nas edições seguintes? Podemos acrescentar aqui a questão que Braga propõe sobre as colunas de notas: *o produto poderia viabilizar leituras relacionadoras entre o público e o privado, ativando o potencial midiático pela estimulação do espírito crítico dos leitores; ou tenderia a subtrair possibilidades de reflexão e argumentação racional, tratando a coisa pública como inacessível ou de acesso meramente por adesão?* (BRAGA, 1999: grifos nossos).

No campo das colunas de notas, não concordamos que haja ali uma forma de “enfraquecimento de conteúdos” ou “perda da densidade” da mídia impressa, até porque não é esta a proposta delas: na verdade, como vimos, jamais esteve entre os propósitos deste gênero a ambição de qualquer “profundidade”. O interesse básico do colunista é ser o primeiro a dar a notícia – e ele está pouco interessado se a notícia é de interesse público ou de interesse *do público*. Ele quer a exclusividade. Daí as notas em primeira mão, com um estilo direto e curtíssimo, em que notícias altamente relevantes e rumores de bastidores são levados ao leitor às vezes em duas ou três linhas, de forma muitas vezes descontextualizada. A informação em primeira mão que as colunas buscam, pode dar o início, nos dias seguintes, a uma reportagem investigativa que desestabilizará o governo. E também pode funcionar para fortalecer o espírito crítico dos leitores.

\*\*\*

Relembremos o começo deste capítulo. Nesta alvorada do milênio, a velocidade com que as novas tecnologias surgem podem, se bem administradas, resultar num pleno desenvolvimento da comunicação a nível global. Não sendo, fazem com os meios, as

mídias e nós, os receptores, ainda nos sentimos deslocados. Falta-nos o distanciamento crítico de uma época em que a mídia impressa, para sobreviver, investe sobremaneira em textos curtos, e, em especial, em colunas de notas. É preciso desvendar, quando se fala em história da imprensa, quem escreve nesses jornais, que estratégias, apelos e valores esses veículos invocam no seu discurso, como funcionam essas empresas e de que forma esses textos chegam ao público. Uma nova tecnologia pressupõe sempre uma recepção na sociedade, uma espera, muitas vezes anterior mesmo à emergência da própria tecnologia (BARBOSA, 2007). É impossível delimitar com precisão se este gênero será o predominante daqui a dez anos.

Mais que buscarmos causas para a proliferação de textos curtos na imprensa brasileira, seria melhor atentarmos para a emergência de uma nova temporalidade que surge do cotidiano dos leitores, como sugere Marialva Barbosa:

Diante do universo tecnológico que não cessa de construir uma espécie de eterno presente – transformando rapidamente em obsoleto práticas e representações –, também os jornais diários irão multiplicar as estratégias narrativas que indicam a velocidade e a aceleração da atualidade. Neste sentido, a adoção de um estilo entrecortado – em colunas onde as notas são síntese ou em matérias cada vez mais subdivididas e condensadas em infográficos, retrancas etc. – parece ser a materialização narrativa dessa nova temporalidade (BARBOSA, 2007).

Recorremos novamente a Braga para concluir esta primeira parte do trabalho. O autor explica que a mídia coloca-se hoje como principal “lógica de filtragem” enquanto esfera de intermediação entre o público e o privado. “No dia-a-dia da coleta das notícias, ainda que uma vastíssima parte seja reservada ao espetacular, à sedução, à obtenção de adesão não racionalmente articulada, permite também a passagem de informação - no melhor sentido desta expressão” (BRAGA, 1999). Segundo o autor, todo processo que se permita a lançar um olhar minimamente esclarecedor sobre a “cena menor”, sobre os bastidores que ficam de fora das grandes reportagens dos primeiros cadernos, torna-se um trabalho de resistência à separação entre as duas esferas, do poder e do mundo privado.

Longe de pretender esgotar a questão das colunas de notas no jornalismo impresso brasileiro, pretendemos nestes quatro primeiros capítulos lançar um olhar, uma interpretação que buscou entender como um gênero caracterizado à princípio como ameno, relacionado ao mundanismo, atravessou as décadas, transformou-se e hoje exerce

considerável influência no rumo das notícias que irão repercutir na grande imprensa e entre os leitores. Na alvorada do século, a importância da informação vinda dos bastidores – seja ela política, seja mera amenidade, revela-se uma das características principais da mídia brasileira.

## **Segunda Parte**

**O que dizem as notas:**

**Análise teórica**

## Capítulo 5

### **A verdade nos bastidores: o discurso sedutor das colunas de notas segundo as teorias de Bakhtin e Foucault**

*O compromisso fundamental do jornalista é com a verdade dos fatos, e seu trabalho se pauta pela precisa apuração dos acontecimentos e sua correta divulgação.*

*Artigo 7º do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros*

*Não existe verdade, somente interpretações.*

*Nietzsche*

Os grandes jornais brasileiros da mídia impressa são em geral parecidos com seus pares ao redor do mundo. Seguem ainda hoje as técnicas jornalísticas importadas dos Estados Unidos na segunda metade do século XX, como o lide, o sublide e a pirâmide invertida. Em que pese o investimento em entretenimento, o acúmulo de suplementos e cadernos, a linguagem informal e as novas táticas de marketing para fazer frente às outras mídias, o jornalismo impresso pode ainda hoje ser considerado um bastião da opinião pública e do “jornalismo sério”. Seu poder de análise e interpretação dos fatos seria, segundo vários teóricos, uma verdadeira alternativa à superficialidade da notícia veiculada pela TV. E mesmo que neste novo milênio suas vendas estejam baixas e o número de leitores mais reduzido, é lícito dizer que os jornais diários ainda são capazes de produzir e

repercutir fatos da maior importância. Os jornais da mídia impressa são, para muitos de seus leitores, portadores de uma “verdade” incondicional.

No entanto, há uma característica da imprensa brasileira que a torna definitivamente peculiar se comparada àquela do resto do mundo ocidental. Estamos falando da proliferação das colunas de notas nos jornais brasileiros, um fenômeno singular de fragmentação jornalística, como já vimos na primeira parte desta tese. Paradoxalmente, apesar do grande número de leitores e a aparição cada vez maior de colunas de textos curtos em jornais, ainda são poucos os trabalhos que se dedicam a estudar o tema.

Para ilustrar o fenômeno, vale a pena voltarmos ao exemplo – já citado na primeira parte -, do repórter do jornal espanhol *El País*, enviado ao Brasil na década de 1990 para um retrato da imprensa brasileira. No entender dele, para entender a realidade brasileira, um estrangeiro “deveria ler algumas das dezenas de colunas de *picadinhos* constantes em todos os jornais”. Por “colunas de picadinhos”, o jornalista se referia ao formato destes espaços: notas curtas, duas ou três frases (às vezes uma), informações diretas, um tom leve e informal, não raro irônico. Mas o que deve ter impressionado o jornalista espanhol era que, aqui, a variedade de assuntos destas colunas extrapolava em muito a mera curiosidade. Fatos importantes da política e economia que seriam matéria de capa nos dias seguintes (mesmo que ainda no formato “notícia de bastidor”) estavam ali. Boatos, comentários e piadas sobre personalidades públicas também eram frequentes. O cotidiano de celebridades também não deixava de ser publicado. Notícias relevantes conjugadas com o fato mais banal. Uma gama de situações e informações absolutamente variada.

Era como se o titular da coluna desse amparo a uma infinidade de vozes e falas diferenciadas, uma polifonia bakhtiniana de discursos interligados. Além disso, o estilo narrativo de muitas delas, com sua verve irônica e crítica ao poder estabelecido, desafiava muito dos conceitos estudados por Foucault, como o poder e as sociedades de controle. Partimos nesta segunda parte para uma investigação teórica sobre o discurso das colunas de notas brasileiras. A intenção deste capítulo específico será analisar a estrutura discursiva das colunas de notas brasileiras à sombra das teorias de Bakhtin e Foucault. Ou melhor, de que maneira conceitos bakhtinianos, tais como polifonia e dialogismo, podem ser aplicados às colunas; e também como este gênero jornalístico opera tendo em vista as



teorias de Foucault - como as sociedades de controle, o poder disciplinar e as ordens do discurso que se apresentam.

### **A construção do verdadeiro na imprensa**

Primeiro, uma questão se faz presente: como surgiu o mito da objetividade e imparcialidade do jornalista, que o fez ser visto como um portador da “verdade” segundo a opinião pública?

Michael Schudson destacou em seu livro *Discovering the news* (1978) a importância que a objetividade<sup>1</sup> ostenta como principal fator de credibilidade do jornalismo na imprensa americana. A teórica Gaye Tuchman chega mesmo a assinalar que a objetividade pode ser vista como um ritual estratégico, que protegeria os jornalistas dos riscos da sua profissão. Ou seja, a “objetividade” funcionaria como um fator positivo, que reafirmaria a credibilidade dos jornalistas ante seus críticos na querela sobre uma controversa apresentação dos fatos.

O conceito de objetividade surgiu nos Estados Unidos da América nas últimas décadas do século XIX, influenciado pelo Positivismo de Augusto Comte. O Positivismo como corrente filosófica propunha que, se as ciências sociais pudessem colaborar com estudos para resolver a crise do mundo moderno, teriam de oferecer soluções baseadas em resultados tão incontestáveis quanto os das ciências exatas. Essa nova metodologia positivista associava a liberdade criativa do homem a algo sem fundamento e irracional.

Nesse contexto, surgiu com o Positivismo a distinção entre o fato e o juízo de valor, entre o acontecimento e a opinião. Essa distinção foi um ponto divisor significativo na história do jornalismo. Derivou daí a diferenciação que hoje é feita entre jornalismo opinativo e jornalismo informativo (BARROS FILHO, 1995).

Schudson, porém, ressalta que a norma, no começo do século XIX, não era a imparcialidade, a clareza, a concisão dos fatos, mas sim o sensacionalismo. Mesmo nas

---

<sup>1</sup> Por objetividade, entendemos aqui como a tentativa de retratar fielmente os fatos. Disse “tentativa” porque, na verdade, a objetividade é impossível. Recorro a Rabaça & Barbosa, autores do “Dicionário de Comunicação”: “Tanto em veículos impressos quanto audiovisuais, o simples mecanismo de seleção das informações a serem divulgadas e o encaminhamento dessas informações no discurso já eliminam a pretensa objetividade. Em jornalismo, é mais adequado falar em honestidade de informação do que objetividade”.

primeiras décadas do século XX, era incomum que jornalistas diferenciasssem com clareza a linha divisória entre fatos e valores. À medida que o jornalismo cresce como indústria, a objetividade ganha força.

Consolidada na última década do século XIX, a objetividade é também consequência de interesses econômicos ligados à eficácia, rentabilidade, ao menor esforço e ao menor risco. Seu aparecimento ocorreu como uma forma de legitimação de um novo tipo de produto dentro de um campo jornalístico em formação. Travava-se uma luta simbólica pela imposição de um produto mediático mais “legítimo”, que se diferenciassse da chamada imprensa marrom, caracterizada pelo sensacionalismo (BARROS FILHO, *ibidem*).

A objetividade, então, funcionou para consolidar o jornal impresso como um portador da “verdade” para os leitores. Já em 1960, mesmo críticos e defensores da imprensa argumentavam que a objetividade poderia ser considerada o “emblema” do jornalismo norte-americano, um avanço ante seu passado “sensacionalista” e um contraste aos jornais partidários da Europa. Ainda hoje, a mídia em geral possui grande capacidade de moldar o imaginário popular: para muitas pessoas, um fato só se torna “verdade” depois de publicada no jornal ou assistida à noite no Jornal Nacional. Ou seja: *o que não saiu no jornal não aconteceu*<sup>2</sup>.

No século XIX, com o surgimento da *penny press* - primeira escala do jornalismo industrial, voltado para as massas – a imprensa começa a destacar o cotidiano de pessoas comuns, inicialmente na forma do noticiário das cortes de justiça, o “bisavô da notícia policial”, segundo Murilo César Ramos. Os jornais baratos foram os primeiros a reconhecer a importância da vida cotidiana e a imprimir “artigos de interesse humano”, que logo mais se tornariam um dos principais sustentáculos do jornalismo.

Inspiradas nas notícias de interesse humano da época da *penny press*, as colunas sociais servirão como sustentáculo ao faustoso mundo dos ricos e famosos. Como vimos no primeiro capítulo, enquanto a impessoalidade das novas técnicas narrativas do lide e da pirâmide invertida eram marcas de destaque do jornalismo em caráter industrial - antes a imprensa era predominantemente um local de intelectuais, agora qualquer cidadão com

---

<sup>2</sup> Segundo Abreu (2000), a primeira página de um jornal traz dois tipos de informação: a perceptível, expressa nas manchetes, chamadas, fotos e legendas; e a informação subjacente, ou seja, a impressão de que nada mais importante aconteceu nas últimas 24 horas além do que aparece publicado.

razoável inteligência poderia escrever uma notícia, bastando seguir técnicas pré-estabelecidas -, no colunismo o que mais se destacava era a marca pessoal de seu autor. Para José Marques de Melo, pode-se dizer que este gênero seria uma sobrevivência, no jornalismo industrial, daquele padrão de jornalismo amador e eclético que caracterizou as primeiras publicações periódicas<sup>3</sup> (MELO, 1994). Muitos leitores, contudo, confundem a informação objetiva com a opinião do colunista titular.

Como é construída a verdade no discurso jornalístico? Primeiro, temos que checar a denominação correta da matéria-prima do jornalismo, isto é, a notícia. Confundida por muitos leitores como a “verdade” do acontecido, a notícia pode ser sintetizada como a *melhor versão* dos fatos: a notícia, como explica Fraser Bond, não é o acontecimento, mas o relato do acontecimento. Apesar do fato carregar sua objetividade, o olhar do repórter que vai noticiá-la para os leitores é sempre subjetivo. Por isso podemos dizer que o jornalismo moderno não é apenas o retransmissor de documentos e mensagens; ele interpreta-os para os leitores. No artigo “A política da forma narrativa”, Schudson afirma que o poder da mídia “*está não apenas (e nem sequer primariamente) no seu poder de declarar as coisas como sendo verdadeiras, mas no seu poder de fornecer as formas nas quais as declarações aparecem*” (1994: 278, grifos nossos).

O sociólogo americano estudou a cobertura jornalística de diversos jornais americanos sobre a solenidade conhecida como “State of Union” – trata-se de um discurso realizado anualmente pelo presidente dos Estados Unidos no Congresso, para “prestação de contas” de seu governo -, e verificou como a cobertura foi passando – ainda no século XIX – quando os repórteres limitavam-se a escrever a réplica do discurso presidencial nas páginas do jornal, para uma cada vez mais acentuada interpretação do que o presidente havia dito e o que seria mais importante para os leitores.

Eles (os jornalistas) começaram a fatigar-se da tradição de relatar ocorrências normais e procedimentos diários. Já não eram mais os repórteres não críticos do ritual do Congresso; eram repórteres constrangidos por terem de escrever sobre algo que acontecia todos os anos. Com o surgimento do lide como convenção jornalística tornou-se claro que os jornalistas deixaram de ser estenógrafos ou gravadores para passarem a ser intérpretes.(SCHUDSON, 1994).

---

<sup>3</sup> O autor refere-se à imprensa de um período pré-industrial, o jornalismo artesanal e político dos séculos XVI ao XVIII, quando não era comum a distinção entre informação e opinião.

Podemos dizer, então, que a “verdade” construída pelo jornalismo tem caráter subjetivo e reflete as convenções sociais de sua época, assim como a posição ideológica de seus redatores ou da empresa jornalística. Enquanto a verdade do noticiário possui caráter impessoal – privilegiando o noticiário objetivo –, nas colunas de notas da imprensa brasileira esta é uma verdade puramente pessoal, que reflete muitas vezes o pensamento de seu autor. Como esta verdade dialoga com os fatos é o que veremos adiante.

### **Bakhtin e o dialogismo nas colunas**

Segundo José Marques de Melo, a caracterização do gênero “colunismo” na imprensa brasileira dá margem a ambigüidades. Apesar da única regra imutável sobre o gênero (as colunas estão sempre situadas em posição fixa nos jornais, de modo a facilitar sua localização pelos leitores) elas podem ser repositórios de comentários, crônicas, opinião e até mesmo resenhas. Assim, a profusão de discursos convivendo juntos numa coluna de notas pode ser considerada um exemplo da intertextualidade conforme estudada por Bakhtin.

A abordagem intertextual para a análise de textos foi estudada exhaustivamente por Bakhtin ao longo de sua carreira acadêmica. Para o lingüista russo, todos os enunciados, tanto na forma oral quanto na escrita, são demarcados por uma mudança de falante (ou de quem escreve) e são orientados retrospectivamente para enunciados de falantes anteriores e posteriormente para enunciados de falantes seguintes. Ou seja, “cada enunciado é um elo numa cadeia da comunicação”. Os textos jornalísticos, então, possuem a característica de serem intertextuais, pois são em grande parte constituídos por elementos de outros textos.

No livro *Discurso e mudança social*, Norman Fairclough lembra que a intertextualidade pode ser considerada no texto jornalístico ao incorporar as relações potencialmente complexas que este possui com as convenções (gêneros, discursos, estilos, tipos de atividades etc) que estão estruturadas juntas e constituem uma ordem de discurso. Fairclough lembra que Bakhtin, ao discutir gênero, observa que os textos podem não só recorrer a essas convenções de um modo relativamente direto, mas podem também “reacentuá-las”, usando-as ironicamente, reverentemente, parodiando-as, ou podem “mesclá-las” de vários modos (FAIRCLOUGH, 2001).

Esta última característica liga-se bastante ao complexo discurso das colunas de notas jornalísticas, onde o colunista abre espaço para um sem-número de falas, vozes, boatos, discursos que dialogam com o leitor, enquanto este último interage com o colunista para decifrar o que há além das notícias de bastidores deixadas nas páginas impressas do jornal. Ao pesquisar a estrutura do “lugar de fala” como conceito metodológico, o professor José Luiz Braga assinala que toda fala (texto, discurso etc) necessariamente faz sentido em algum lugar, “segundo uma determinada ótica, relacionada a uma inserção específica em uma situação concreta, historicamente dada”. Braga acrescenta, porém, que é necessário observar que lógica é esta – ou seja, em que lugar a fala faz sentido. Vejamos abaixo, nas cinco notas publicadas em sequência, alguns exemplos de como o discurso das colunas dá a deixa a outrem. Habilmente, o colunista recolhe diferentes “falas” para construir notas que levam o leitor aos bastidores de uma intriga religiosa envolvendo o bispado no Rio de Janeiro. Uma intertextualidade peculiarmente manifesta:

Fernando Molica, *Informe do Dia* – 08/10/2008:

#### **O movimento dos bispos**

A discrição dos movimentos não foi suficiente para esconder a articulação de bispos, padres e fiéis que tem o objetivo de apressar a saída de D. Eusébio Scheid da Arquidiocese do Rio. O lance mais ousado ocorreu no início de agosto, quando três bispos de outras dioceses do Estado solicitaram ao núncio apostólico – embaixador do Vaticano no País – ‘um maior cuidado’ com a situação do Rio. No centro das divergências está o padre Edvino Steckel, espécie de braço direito de D. Eusébio.

#### **Bens temporais**

Duas semanas após a reunião em Brasília, D. Eusébio tirou padre Edvino do cargo de Vigário Episcopal para a Administração dos Bens Temporais da Arquidiocese.

#### **O cartão**

Em 2007, D. Eusébio lançou um cartão de crédito para destinar parte dos lucros para obras sociais. O cartão não é vinculado à Arquidiocese, mas à Associação de Solidariedade, Justiça e Paz, criada por D. Eusébio e padre Edvino. Eles são, respectivamente, presidente e diretor geral da ASPJ em caráter vitalício.

#### **Voz do cardeal**

A arquidiocese do Rio afirma desconhecer a reunião dos bispos com o núncio apostólico. Diz que há perfeita integração entre os bispos do Estado. Nega qualquer pressão para a saída de padre Edvino – segundo a assessoria de imprensa, ele foi nomeado ecônomo e continua a cuidar dos bens da arquidiocese.

### **Mudanças**

As divergências vieram à tona em julho, quando D. Eusébio esvaziou o trabalho das pastorais e começou a demitir auxiliares de seu antecessor, D. Eugênio Sales.

A notícia sobre a saída eminente de D. Eusébio Scheid da arquidiocese do Rio poderia perfeitamente ter sido escrita numa matéria jornalística de caráter noticioso. A disposição das notas permite ao colunista não só contextualizar o assunto, como também, através de diferentes versões de um mesmo fato, construir uma notícia de real importância na seara religiosa.

As notas das colunas, reforçamos, dialogam entre si (nas notas em seqüência), com o texto (na linguagem leve e informal) e com o leitor, na medida em que o leitor está convidado ao contrato de leitura estipulado pelo colunista. Estamos diante do que foi denominado por Eliseo Verón como “contrato de leitura”, ou seja, um modo de discurso que tem uma identidade reconhecida de modo mais ou menos equivalente por produtores e consumidores. Assim, filmes, títulos de livros, novelas ou romances previamente conhecidos pelos leitores podem servir de título jornalístico (uma regra não só das colunas de notas). A diferença é que nas notas o título também serve para “comentar” o que virá expresso nas duas ou três pequenas frases diretas que se seguirão, como neste exemplo:

Boechat, *Jornal do Brasil* - 30/11/05:

### **Golpe**

Começou a ser exibido nas emissoras de TV um anúncio da prefeitura comunicando que os professores aposentados do município do Rio recebem seus salários na mesma data que os da ativa.

Conversa fiada.

Sexta-feira, o atraso no pagamento dos velhinhos completa três meses.

Atente para o título em uma só palavra (“Golpe”). De antemão, o colunista antecipa para o leitor o tom com que terá a nota e sua opinião sobre o assunto. No primeiro período, há a descrição objetiva do fato. No segundo, uma única frase direta e cortante (“Conversa fiada”). O terceiro período constata o “golpe”, segundo o colunista, ou seja, a notícia exibida nas TVs seria falsa. Note o tom de informalidade, típico de uma conversa de bastidores sobre o fato, embora não amena, representada pelo segundo período. Ao dar vazão a outras vozes em seu texto, o colunista também se aproxima de outra teoria cara a Bakhtin, o conceito de polifonia.

Bakhtin usou pela primeira vez o termo polifonia para se referir aos romances de Dostoievski, possuidores segundo ele de um caráter polifônico. No livro *Problemas da poética em Dostoievski*, o lingüista revela que o autor russo seria o criador do romance polifônico, por agregar uma multiplicidade de vozes e consciências independentes e que não se misturam. Dostoievski teria sido influenciado pelo jornal diário no qual trabalhou antes de escrever seus romances, e sua forma de representar a realidade: “a compreensão profunda e sutil da página do jornal como reflexo vivo das contradições da atualidade social no corte de um dia deve-se precisamente à particularidade fundamental da sua visão artística” (BAKHTIN, apud GRILLO, 1929/1997:30).

As colunas de jornal também possuem um caráter polifônico, em contraste com o perfil “monológico” do restante do jornal\*. Por discurso monológico Bakhtin está se referindo àquele texto onde se sobressai um narrador único, onde as possíveis falas de outros personagens ficam excluídas. Volte ao exemplo de Boechat e releia o texto e o estilo direto e incisivo: o colunista não se contenta em narrar o fato, ele intervém no texto e dá sua opinião, pondo-se ao lado das vozes dos explorados (no exemplo, com o termo “velhinhos”). Retorne mais ainda ao exemplo anterior, de Gois, em que há a fala de Lula, da fonte do presidente, seguida da intervenção do colunista para um comentário irônico. É um evidente exemplo de que a polifonia encontra um terreno fértil nas colunas de notas brasileiras, onde a variedade de falas e discursos dá o tom.

A questão da polifonia já foi estudada com relação a outros gêneros, como a reportagem. No terreno das colunas de notas, a polifonia constitui um campo ainda mais

---

\* A polifonia, claro, não é uma característica exclusiva das colunas. Sabemos que o produto jornal é um reflexo vivo das contradições da atualidade social, permeada por vozes diferenciadas em cada uma das notícias – daí seu caráter também polifônico. Aqui, quis apenas comparar a área noticiosa (com técnicas que devem ser seguidas, daí o “monológico”) com o território sem regras fixas e polifônico das colunas de notas.

fértil para se desenvolver, pois ao fazer a seleção do que vai constar nas diversas notícias curtas, o colunista dá vazão a uma série de vozes que dialogam entre si – presentes nas notas sincopadas, que “completam” o sentido da anterior – ou sutilmente enumera pontos de vista contraditórios para realçar o dialogismo e acentuar o teor crítico do enunciado.

Podemos ver adiante, pela leitura de três colunistas diferentes, o uso calculado de apropriação do discurso alheio, em notas que versam sobre o mesmo assunto, no caso os preparativos para a eleição presidencial de 1994 e uma pequena discussão sobre a..., digamos, “postura” do futuro presidente Fernando Henrique durante a campanha eleitoral.

Marcone Formiga, *Correio Braziliense* - 03/04/94:

**Disposição**

Em inglês fluente o presidenciável Fernando Henrique Cardoso teve uma resposta bem curtinha quando lhe perguntaram ontem como pretendia fazer sua campanha:

- I'll do my best!

Traduzindo: “Vou fazer o melhor possível”.

Swann/Ricardo Boechat, *O Globo* – 01/04/94:

**Siso**

Conselho de um bom conselheiro ao presidenciável Fernando Henrique Cardoso:

Não ria muito durante a campanha. O eleitor brasileiro, ultimamente, só gosta de ver os dentes de quem está com raiva.

Joyce Pasowitch, *O Estado de São Paulo* - 03/04/94:

**Aço**

Antes mesmo de estrearem em dobradinha, Fernando Henrique Cardoso recebeu a primeira recomendação de Antonio Carlos Magalhães.

Para sorrir menos – e ser mais afirmativo nas aparições públicas.

Segundo Bakhtin, a transmissão do discurso alheio nunca é desinteressada, mas visa a fins específicos que podem ser percebidos nas formas de diálogo entre o contexto transmissor e o discurso citado. “Para a fala cotidiana, o sujeito que fala e sua palavra não é um objeto de representação literária, mas um objeto de transmissão praticamente interessado” (idem, 1934-1935/1993:40).

Os colunistas, como vimos, tem mais liberdade para experimentações de linguagem em seus espaços jornalísticos. Ali, articulam o texto dos discursos entre os atores sociais – as fontes, com ou sem identificação – mesclando, por exemplo, o discurso indireto e o



direto com comentários. Estas formas híbridas do discurso servem para interpretar ao mesmo tempo que produzem efeitos de fidelidade às vozes dos autores. A perspectiva do jornal [no caso específico, da coluna de notas] se revela por meio da forma como o enunciador-jornalista seleciona e organiza o discurso citado e o enunciador-titulado o apreende nos elementos paratextuais -título, subtítulo, legenda, foto etc (GRILLO, 2005).

Enfim, o caráter polifônico das colunas de notas, com suas ironias, comentários, sua valorização do secundário ou conversa de bastidores, apresenta-se como um contraponto ao caráter da parte noticiosa e informativa do resto do jornal, em que as técnicas narrativas do lide e sublide, a proibição de dar opiniões e a restrição à objetividade constituem instrumentos que propiciam o controle da redação pelas empresas, um “engessamento” do caráter criativo do jornalista<sup>5</sup>. A coluna, então, seria um espaço polifônico dentro de um jornal-empresa, que procura seguir regras monológicas.

### **Foucault e o poder disciplinar**

Ao percorrermos a intertextualidade manifesta da mídia impressa, em especial à das colunas de notas, vimos que este gênero jornalístico, pela sua diversidade lingüística, pode contribuir tanto para a polifonia de múltiplas vozes e falas, como também pode servir como um “discurso alternativo” (se comparado às normas da objetividade), que permite ao colunista ir além das técnicas jornalísticas para expressar opiniões, manifestar apoios ou discórdias, influir politicamente, enfim, revelar fatos que sem as colunas ficariam restritos aos bastidores da política.

Como vimos, os enunciados (aqui entendidos como os textos jornalísticos) são inerentemente intertextuais, ou seja, são construídos por elementos de outros textos. Podemos acrescentar aqui o conceito das relações disciplinares de poder, segundo Foucault. O filósofo francês contribuiu para o estudo dos discursos da área lingüística ao revelar o discurso como prática social, ligado à ideologia e ao poder.

---

<sup>5</sup> Para mais detalhes sobre como as empresas buscam controlar a atividade jornalística de acordo com seus interesses editoriais, ver os artigos “Controle social na redação: uma análise funcional”, de Warren Breed; e também “O jornalismo e o profissionalismo: alguns constrangimentos no trabalho jornalístico”, de John Soloski. In: “Jornalismo: questões, teoria e ‘estórias’”, Nelson Traquina (ver bibliografia).

Foucault parte de uma teoria (os estudos “arqueológicos”), em que a inteligibilidade dos sistemas de conhecimento e verdade era atribuída a regras do discurso – concebidas como autônomas - para, em seu principal estudo posterior (“genealógico”) entender o discurso como secundário aos sistemas de poder. Mas, ao mesmo tempo, o autor localiza o discurso e a linguagem no coração das práticas e dos processos sociais. Como aponta Fairclough, o caráter do poder nas sociedades modernas está ligado ao controle das populações: “O poder é implícito nas práticas sociais cotidianas, que são distribuídas universalmente em cada nível de todos os domínios da vida social e são constantemente empregadas; além disso, o poder é tolerável somente na condição de que mascare uma grande parte de si mesmo. Seu sucesso é proporcional à sua habilidade para esconder seus próprios mecanismos”. Foucault, então, resume dizendo que toda forma de discurso é uma forma de controle de poder.

José Marques de Melo aponta três fatores que explicariam a permanência do colonismo na imprensa. Fatores que fariam parte da “manutenção dos mecanismos de reprodução social e de controle político na sociedade burguesa”<sup>6</sup>. Seriam:

- O colonismo [social] atende a uma necessidade de satisfação substitutiva do público leitor. Como a maioria destes estão afastados do círculo dos chamados colunáveis, é dada a eles a sensação de participar deste mundo, através dos colunistas. “Participam sem fazer parte. Acompanham à distância”;
- O colonismo oferece “modelos” de comportamento ao alimentar o consumo e promover a vaidade de pessoas importantes (do mundo dos espetáculos, da arte e da política);
- A coluna, observa Marques de Melo, tem a função de *balão de ensaio*, “insinuando fatos, lançando idéias, sugerindo situações, com a finalidade de *avaliar as*

---

<sup>6</sup> Dado ao caráter bastante heterogêneo que as colunas de notas se apresentam hoje, esta definição mais ideológica e “à esquerda” de Marques de Melo já não pode ser aplicada ao gênero. Se, nas colunas sociais tradicionais dos anos 1950 e 1960 – hoje cada vez mais raras na imprensa brasileira – as colunas serviram como um porto seguro para a ostentação dos bens de uma burguesia que crescia junto com a industrialização e a urbanização do país, na atualidade a diversidade de assuntos (nos quais a política e a economia não podem faltar) fazem das colunas “pequenos jornais” dentro de um grande veículo da mídia impressa. No capítulo seguinte veremos outras características atuais das colunas de notas e como o gênero procurou acompanhar as mudanças jornalísticas das últimas décadas.

*repercussões* (grifos meus). Seria o que se chama no jargão jornalístico de “plantar notícias”.

Os dois primeiros exemplos estão mais ligados ao fenômeno denominado por Edgar Morin como “olimpismo moderno”. Os *olimpianos* seriam todos aqueles novos deuses criados pela indústria cultural no século XX, ou seja, cantores, atores, esportistas, escritores, modelos, que são convertidos em celebridades. Hoje, a vida privada de pessoas famosas virou uma mercadoria valiosa, como atestam os sucessos de revistas como *Caras* e *Quem* no Brasil. Até em países que se orgulham de uma sociedade culta e letrada, como a França, estas revistas fazem sucesso. É sintomático, portanto, que nas últimas décadas, elementos antes presentes apenas na imprensa sensacionalista, além do entretenimento, estejam migrando para os jornais ditos “mais sérios”.

Mas o terceiro exemplo é que, a nosso ver, mais se relaciona com as teorias foucaultianas. Devemos acrescentar que é da reação do público, estimulado por essas informações breves e diretas, que dependerá muitas vezes a tomada de decisões no campo político ou empresarial. Ao analisar a coluna de notas “Vitor Hugo”, do Espírito Santo, e sua recepção entre jornalistas, políticos e demais leitores, a pesquisadora Iluska Coutinho chegou a entrevistar parlamentares que se utilizavam politicamente da coluna promovendo ou plantando notícias para avaliar a repercussão das notas. “Vale dizer que a utilização da coluna como fonte de informação, referência e até moeda de negociação do jogo político foi admitida por quase todos os parlamentares e responsáveis pela coluna”<sup>7</sup> (COUTINHO, 2002).

Analisando-se com atenção a retórica das colunas, percebe-se o que podemos chamar de “efeitos de texto”, como estudado por José Luiz Braga. Primeiro, há o “efeito de objetividade”, pois cada notícia, pela sua conjuntura, em que se sobressaem substantivos e verbos, além de seu tom de *relato*, dá margem a predicações concretas e ações observáveis. Segundo Braga, seria como se o fato acontecesse por si, sem a intervenção do jornalista, “que teria sido mera testemunha, quase invisível, da coisa ocorrida e colhida sem sua intervenção de repórter” (BRAGA, 1999).

---

<sup>7</sup> No capítulo seguinte, veremos como a pesquisa comprovou outra característica das colunas de notas políticas: o agendamento.

Fernando Molica, *Informe do Dia/O Dia* – 09/10/08:

**Paes a Lula: exagerei.**

No almoço de terça, na Base Aérea de Santa Cruz, Eduardo Paes disse ao presidente Lula que exagerou nas críticas feitas na época do Mensalão. O candidato do PMDB ao governo era deputado pelo PSDB e chegou a chamar Lula de “chefe da quadrilha”.

Ao lado de Sérgio Cabral, Paes afirmou que errou ao ter, principalmente, insistido em investigar supostas irregularidades que teriam beneficiado Fábio Luís, filho de Lula. Concluiu que não deveria ter incluído a família do presidente numa disputa política.

O segundo efeito está nas *intervenções textuais* que o jornalista da coluna interfere para passar algum comentário, embora sem perder a objetividade, por se tratar de um relato do ocorrido, como no exemplo a seguir:

Informe JB - 2/10<sup>8</sup>:

**Figurino**

No último comício em Porto Alegre, Antonio Britto, candidato à reeleição ao governo do Rio Grande do Sul, tirou a gravata do ministro da Educação, Paulo Renato. Era vermelha.

Este exemplo, citado por Braga em seu artigo “Varejo” é interessante por mostrar a modalização que sofre o discurso através de efeitos de texto no qual a intervenção do jornalista é essencial. Sutilmente, com apenas um jogo de palavras, o colunista deixou sobressair uma possível posição ideológica do ministro, aludindo à cor de sua gravata. “Compare-se com o resultado desinteressante da formulação mais diretamente objetiva: ‘...tirou a gravata vermelha do Ministro’. Nesta hipotética formulação chã, a reação mais provável do leitor (‘e daí?’) sugeriria que a nota nem fosse publicada” (BRAGA, 1998).

Outra característica que alimenta o jogo de interesses entre jornalistas e políticos é o recurso do *off*, ou a declaração sem citação da fonte, como no exemplo abaixo:

Informe JB – 19/10:

---

<sup>8</sup> Nesta nota e na seguinte, citadas no artigo “Varejo”, de José Luiz Braga, não há menção do ano pelo autor.

### **Descolando do PT**

Para um dos processados do PT no Conselho de Ética, Lula tem feito de tudo para se descolar do partido, por isso não tem do que reclamar. Tirou a estrela vermelha da lapela e se recusou a votar no primeiro turno das eleições internas.

Davi Emerich (2002) sustenta que todo colunista sabe que não existe notícia “assexuada”, pois em torno dela sempre há interesses. Na nota acima não há identificação da fonte, apenas a indicação de que esta é “um dos processados do PT no Conselho de Ética”. A fonte preferiu divulgar a nota e permanecer em *off*. Já foi visto, na parte histórica desta tese, como o recurso do *off* foi bastante utilizado por jornalistas políticos durante a ditadura militar e incorporou-se ao gênero das colunas de notas, tornando-se uma característica forte ainda hoje. É por meio do *off* que colunistas testam rumores ainda na esfera dos bastidores e articulações. A repercussão – um desmentido veemente, uma correção que pode fazer a nota ir adiante, desdobrando-se numa pauta política – guiará o colunista nos próximos passos. Vejamos esta nota da colunista Anna Ramalho, sobre a crise dos controladores de voo, em 2006. Na nota seguinte, a colunista não se abstém de um comentário crítico sobre a credibilidade da informação.

Anna Ramalho – *Jornal do Brasil*, 03/11/06:

### **Forças ocultas**

Fontes muitíssimo bem posicionadas trabalham com a informação de que, por trás da crise dos controladores de voo que há dias tumultua o país, há um poderoso *lobby*: empresas americanas estariam dispostas a grandes investimentos na área do controle aéreo, desde que o governo brasileiro passasse a operar na política do céu aberto.

### **Aliás...**

Política esta que já lutaram muito para conseguir em outros carnavais e que faria nosso espaço aéreo a popular casa da Mãe Joana.

Podemos dizer então que as colunas de notas são um campo propício à retórica sedutora e persuasiva de seus autores, onde as relações de poder entre jornalistas e políticos são parte da engrenagem. Todos se interligam em estratégias discursivas para fazer valer seus pontos de vista. E não crêem que existam problemas éticos nestes procedimentos.

Problemas éticos? Não há problema ético nenhum. A coluna tem uma média de uns 200 colaboradores que ligam usualmente para cá, para relatar o que chamamos de “cenas cariocas”. Há realmente pessoas anônimas (que não são nossas fontes usuais) que ligam por vezes relatando uma cena inusitada, tipo um cartaz em plena rodovia na Barra da Tijuca incentivando a bebida em espaços públicos. Então o que fazemos? Checamos a veracidade da informação. Ligamos para o shopping ao lado da tal placa e perguntamos se há mesmo aquilo que foi descrito. Depois, acessamos algum repórter - que pode ser da “turma da coluna” ou não -, verificar se há mesmo aquela placa ali. Checando tudo direitinho, e se a notícia for de interesse público, nós publicamos. Com relação aos políticos: a coluna não trata da política “pesada”, de conchavos e manipulações, mas eu não tenho nenhum problema com a nota “plantada”. O critério, basicamente, é: se a nota possui algum interesse público, mesmo que seja para elogiar ou criticar algo ou alguém, eu publico. Se eu achar que aquilo não tem nenhuma importância para o leitor, não sai. (Ancelmo Gois, entrevista)

E também entre colunistas e leitores: leitores sempre estão em busca de um discurso de *autoridade* quando lêem o jornal. Por isso, poucos questionam a veracidade de determinadas notícias. As colunas de notas, para serem devidamente apreciadas, pedem um leitor minimamente informado e que saiba identificar os “efeitos de reconhecimento”, marcas, bordões, expressões que determinam a cumplicidade com os leitores. O leitor, ao procurar a coluna de seu colunista preferido, já reconhece o estilo da coluna pela linguagem empregada nas notas.

Segundo Foucault, em toda sociedade a produção do discurso é ao mesmo tempo “controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e terrível materialidade”. Em uma sociedade dominada por relações de poder, é natural que colunistas sintam-se seres privilegiados. Para muitos leitores, eles são os representantes da opinião pública contra os poderosos. Sua relação com o mundo político é de reciprocidade: os políticos almejam que os meios de comunicação lhes sejam instrumentos para formar uma opinião no público que se converta em voto. Colunistas querem exclusividade de notícias com caráter “midiático” para que sua coluna noticie primeiro os fatos.

Tenho plena consciência de que hoje sou muito importante, e sei que aquela notícia escrita em apenas três ou quatro linhas em minha coluna pode fazer muito bem a alguns, e muito mal a outros. Quando assinava a coluna Radar<sup>9</sup>, o então presidente Fernando Henrique me convidou para almoçar com ele. Depois de meia hora de espera, fui ao banheiro. Ali, de frente ao espelho, falei para mim mesmo: “Ô Ancelmo, presta atenção: o presidente vai almoçar com seus 4 milhões de leitores, e não com o filho da Dona Neném!” [mãe do colunista]. É preciso ter a cabeça no lugar. No dia-a-dia da redação, em 80% do tempo nos chegam pressões de fora – sou convidado para lançamentos de livros, eventos diversos, até jornadas de cardiologia! O que vou fazer numa jornada de cardiologia? Meu trabalho é na redação. É cada vez mais rara minha presença num evento da sociedade. Não há glamour no meu trabalho. Minha vida é enfadonha, não tiro férias<sup>10</sup>.

É difícil ser colunista; se você for sensível a uma tentativa de corrupção – o que pode vir de várias maneiras, e elas vêm sempre –, você pode se dar mal. São ofertas de viagens pelo mundo, jantares fabulosos, vestidos que chegam em caixas na sua sala, viagens em jatinhos, semanas em spas, tudo o que se possa imaginar – e de graça. Se você não tiver a cabeça feita, pode se deslumbrar, e daí para o tombo é só uma questão de tempo. E sua reputação como jornalista estará perdida para sempre<sup>11</sup>.

A importância da opinião de um colunista nos milhares de leitores de um jornal (ou, no caso, milhões, como o da revista *Veja*, com circulação nacional), profissionais vistos hoje como principais “formadores de opinião” da mídia impressa, poderia relacioná-los com o papel do intelectual segundo Foucault: “Os próprios intelectuais fazem parte desse sistema de poder, a idéia de que eles são agentes da ‘consciência’ e do discurso também faz parte desse sistema. O papel do intelectual é antes o de lutar contra as formas de poder exatamente como ele é, ao mesmo tempo, o objeto e o instrumento na ordem do saber, da ‘verdade’, da ‘consciência’, do discurso” (FOUCAULT, 2000). No entanto, devemos expandir esse conceito de Foucault, para não cairmos em reducionismos.

Num jornal da grande imprensa, a complexidade de seus gêneros e toda a hierarquia de discursos ali desenvolvida ultrapassa em muito a mera dicotomia “intelectual versus poder”. Seria um simplismo achar que toda a imprensa vive de manipular a verdade e por isso não se deve confiar nela (e o mesmo argumento vale para os políticos). Colunistas com

---

<sup>9</sup> Coluna de notas da revista *Veja*, o espaço de maior índice de leitura da publicação.

<sup>10</sup> Entrevista com Ancelmo Gois, setembro de 2007.

<sup>11</sup> Danuza Leão, “Quase tudo”, 2005:199.

mais prestígio podem até ir contra a linha editorial de seu jornal e manifestar opiniões contrárias. Por isso, é necessário compreender que as colunas de notas são, sim, um microcosmo das relações de poder na sociedade inseridas dentro de um grande jornal. Mas que este poder, como diria Bakhtin, é polifônico: serve tanto aos interesses de quem comanda o poder como também aos colunistas, que por meio de breves notas, curtas e incisivas, oferecem ao leitor pílulas sobre os meandros da vida política no Brasil.

### **Discurso, disciplina e poder**

Em seu livro sobre Foucault, Gilles Deleuze discorre sobre um dos pontos principais do livro *Vigiar e Punir*, a questão da disciplina nas sociedades modernas: “(...) A disciplina não pode ser identificada com uma instituição nem com um aparelho, exatamente porque ela é um tipo de poder, uma tecnologia, que atravessa todas as espécies de aparelhos e de instituições para reuni-los, prolongá-los, fazê-los convergir, fazer com que se apliquem de um novo modo. Mesmo as peças ou engrenagens particulares que pertencem ao Estado de forma tão evidente como a polícia e a prisão” (DELEUZE, 1998).

Na esfera da comunicação, vimos que o jornalismo também opera numa dimensão própria do poder – a seleção do que é e do que não é notícia obedece a controles disciplinares que não são percebidos pelo leitor comum - e muito mais interesses entram em jogo, do que a mera “busca pela verdade”. Vários fatores contribuem para este processo, como a linguagem persuasiva e sedutora, ou a construção, por meios de “efeitos de texto”, de situações privadas envolvendo figuras públicas ou a transformação dos bastidores da política em acontecimentos midiáticos. Um colunista experiente não se subordina às regras empresariais da empresa jornalística: a “objetividade” de seus relatos, embora visível, é marcada muitas vezes por intervenções sutis do jornalista de modo a fortalecer interesses, promover instituições e personalidades e influir no jogo político.

É comum hoje a discussão se o jornalismo estaria menos voltado para o interesse público, ao apostar num noticiário “de serviços”. Como vimos, cada vez mais cai por terra a imagem do jornalismo romântico – aquele indivíduo que tinha como bandeira a denúncia



dos desmandos do poder e a busca da “verdade” hoje vê-se induzido pelas regras e pesquisas do mercado. A publicidade é cada vez mais levada em conta nas reuniões de pauta das redações. Há muito os anunciantes perceberam que a credibilidade jornalística pode muitas vezes “caminhar junto” com os interesses das grandes empresas<sup>12</sup>.

A questão que formulamos é esta: teria o jornalismo sucumbido às sociedades de controle, como previa Foucault? Será que o controle social das redações não seria uma forma de disciplinar os jornalistas conforme conveniências do jornal-empresa? Estariam os colonistas reféns do controle disciplinar dentro de uma grande empresa de comunicação? Sem dúvida, os jornalistas que têm hoje têm *status* de estrela, como colonistas ou repórteres especiais, podem transgredir com mais facilidade a política editorial do jornal.

Eu sou soberana. A notícia vai para a primeira página porque eu cedi a ele [o editor] o direito de lançar a notícia. Ou então há uma chamada de primeira página. E quando sai junto (na manchete e na coluna) a prioridade é minha. Às vezes eu tenho uma notícia e eles têm também. Mas ela saiu primeiro na coluna. A prioridade é minha. Então pode sair na chamada da primeira página: “coluna de Anna Ramalho e fulano de tal, pág tal e qual”. A gente persegue então é isso: o furo. Agora mesmo tive um telefonema negando a nota de que saiu na minha coluna, segundo a qual o Hotel Marriot, um dos mais luxuosos cinco estrelas da Av. Atlântida, estaria à venda. O pessoal daqui do Rio [os administradores do Marriot no Rio] diz que não sabe de nada. O problema é que não era pra eles saberem nada, era uma transação que não dizia respeito à “arraia miúda”. Isso é coisa de *top* de linha, quem decidiu vender foram os donos do Marriot Internacional. O pessoal daqui quer saber de onde saiu essa história que eles próprios não estão sabendo. Mas a fonte que me passou a nota exclusiva é segura, e só desminto se vier um comunicado formal contestando a venda. Às vezes acontece, e fico indignada!<sup>13</sup>

Quanto a assuntos proibidos, isso sempre ocorreu nos mais diversos veículos, mas hoje a imprensa está melhor. Hoje há colonistas prestigiados, com muitos anos de carreira, às vezes décadas, que escrevem praticamente o que querem. Veja o caso do Veríssimo, que é nitidamente uma pessoa de esquerda. Você acha que um editor ou chefe de redação que tem a metade da idade do Veríssimo vai ter a coragem de reprimir um texto escrito por ele? Claro que não. Por último, quando uma empresa como a *Veja* me contrata, sabe que pode confiar em mim, que eu

---

<sup>12</sup> Para mais detalhes da relação entre jornalismo e publicidade, ver minha dissertação de mestrado, “A pauta e o mercado” (chegar bibliografia).

<sup>13</sup> Anna Ramalho, entrevista.

não vou escrever besteiras. Há uma relação de confiança entre o veículo e o colunista<sup>14</sup>.

No artigo *Pós-escrito sobre as sociedades de controle*, Deleuze busca ir além da teoria foucaultiana sobre as sociedades disciplinares. Para ele, as sociedades disciplinares estariam sendo substituídas pelas sociedades de controle. Estaríamos passando por uma nova mutação do capitalismo, na qual a política e a economia são agora subordinados aos interesses do mercado. As fábricas e máquinas das sociedades disciplinares estariam sendo substituídas por máquinas de uma terceira espécie, “máquinas de informática e computadores, cujo perigo passivo é a interferência, e, o ativo, a pirataria e a introdução de vírus” (DELEUZE, 1998).

Voltamos a Bakhtin para responder a questão e constatamos que, embora os mecanismos de controle sejam evidentes, a polifonia de discursos existente num jornal impede o controle total de seus subordinados. Bakhtin já mostrou que na sociedade e em suas instituições há uma hierarquia de discursos interagindo – também ocorre o mesmo numa empresa jornalística, do contínuo ao jornalista, do editor-chefe aos diretores do jornal. Mesmo que a grande imprensa muitas vezes pareça estar ao lado do poder, ela não pode prescindir de sua credibilidade junto aos leitores, na hora de ir em busca dos fatos. A verdade num jornal está sempre pendendo para ambos os lados.

Um exemplo que corrobora com este argumento é a teoria instrumentalista, cujos defensores – entre eles o lingüista Noam Chomsky – a citam para afirmar a hipótese de que as notícias serviriam objetivamente a determinados interesses políticos. Ou seja, a notícia seria sempre manipulada de acordo com os interesses político-econômicos do dono do jornal. No entanto, para Nelson Traquina, o problema central desta teoria seria sua visão determinista. Para refutá-la, ele cita três argumentos: a) os donos de jornal raramente encontram-se com os diretores em muitas empresas jornalísticas; b) A maioria dos jornalistas não faz idéia de quem senta no conselho de administração das empresas onde trabalham; c) os jornalistas têm um grau de autonomia e iniciativa que muitas vezes incomodam a elite. Para Breed, um dos fatores que colaboram para fugir do controle social na redação estaria justamente na rotina de produção: segundo ele, a produção da notícia

---

<sup>14</sup> Ancelmo Gois, entrevista

muitas vezes escapa ao controle dos chefes de redação, que não estão presentes durante a coleta e redação das informações. O jornalista pode privilegiar determinado entrevistado ou dar um enfoque específico a um assunto.

Uma última questão: poderíamos falar hoje de um jornalismo pós-disciplinar?

Se verificarmos que a disciplina dentro de um jornal é verificada de modo diferente daquela ocorrida antes da revolução informatizada que ocorreu nas duas últimas décadas, a resposta é afirmativa. Se hoje a sociedade aperfeiçoou seus controles de segurança, limitando a privacidade de muita gente, este aperfeiçoamento também colaborou para que os leitores, antes participantes passivos da recepção dos mídia, se tornassem muito mais participantes. Um exemplo pôde ser verificado nas explosões do metrô ocorridas em julho de 2005 em Londres, quando cidadãos, portadores de celulares com câmeras fotográficas, cederam aos principais jornais imagens que os jornalistas não conseguiram captar<sup>15</sup>. Outro exemplo está nos *blogs* da internet. Ali, livre de qualquer tipo de censura ou constrangimentos, jornalistas e não-jornalistas levam ao ciberespaço a liberdade de expressão tantas vezes reprimida pelas sociedades de controle às quais Deleuze se refere.

A sociedade de controle alterou as antigas fronteiras entre as esferas pública e privada, fato que se revela com mais evidência neste gênero jornalístico absolutamente peculiar que é o universo das colunas jornalísticas de notas. Estas, agora sim, podem ser consideradas legítimas representantes de um jornalismo pós-disciplinar e que longe da ótica redutora que insiste em discorrer sobre a manipulação da empresa, dos jornais vendidos, convive com uma complexidade própria e permite a legitimação de vários discursos, desde que estes venham embalados num tom informal, ou melhor, como uma típica conversa de bastidores.

---

<sup>15</sup> Segundo as fontes britânicas, 20 vídeos, 1000 imagens, 4000 mensagens de texto e 2000 e-mails foram enviados por indivíduos que se encontravam no local ou próximo aos atentados.

## Capítulo 6

### **Desconstruindo uma coluna de notas: uma análise sobre a heterogeneidade e a construção do discurso jornalístico em pequenas notas**

*As colunas são o espaço mais nobre de interpretação do noticiário político. Às vezes, são também espaços de opinião e de informação. Assinadas por jornalistas experientes e talentosos, que têm grande número de fontes e boa capacidade de análise, as colunas tornaram-se tão importantes para o leitor que a maioria dos jornais geralmente publica mais de uma. Seus formatos, estilos e embocaduras variam, mas todas elas, de alguma forma, buscam cumprir a mesma função: ancorar o noticiário, tomar a temperatura do dia e farejar possíveis desdobramentos.*

*Franklin Martins*

Como vimos nos capítulos anteriores, pode-se afirmar que o jornalismo praticado nas colunas de notas contemporâneas apresenta características de um gênero jornalístico que é descendente direto das antigas colunas sociais e que ao longo das décadas aperfeiçoou seu trabalho de coleta da informação dos bastidores da política de maneira única, conciliando noticiário relevante e de interesse público com amenidades. Muitas destas colunas funcionam hoje como “âncoras de leitura” do resto do jornal. Ou seja, é por elas que muitos leitores, e grande parte dos políticos começam a ler o jornal impresso.

Alguns exemplos: o espaço jornalístico mais lido da maior revista de informações do país, a *Veja*, é a coluna de notas “Radar” (a revista *Time* americana, publicação a qual *Veja* se inspirou, tem como espaço mais lido a coluna dedicada a celebridades). Nos jornais *O Globo* e *Folha de São Paulo*, dois dos campeões de leitura são as colunas de notas de Ancelmo Gois e Monica Bergamo.

Qual a razão do fascínio do leitor brasileiro com este gênero absolutamente híbrido e heterogêneo? Estaria correta a hipótese lançada pelo pesquisador Murilo César Ramos, na qual estaríamos diante de um novo tipo de jornalismo pós-moderno, onde foi abolida a distinção entre realidade e ficção, e quando o discurso, mais que o fato, seria preponderante na construção do real? De fato, ao longo das décadas e de sua evolução, as colunas sociais sempre “tomaram emprestado” recursos típicos da literatura – território por excelência da ficção – em especial a crônica de costumes, para levar ao leitor um mundo idealizado, dos canapés das grandes recepções de meados do século XX aos bastidores da política e economia, da ditadura militar até os dias de hoje. Como lembra Ramos ao lembrar das colunas de notas na cena brasileira, a curiosidade pública sempre foi atraída pelo conhecimento ora da tragédia na favela, ora da champanha servido à beira da piscina (RAMOS, 2002:249). Com nítida vantagem para este último, poderíamos acrescentar. A herança das colunas sociais deixou marcas nas modernas colunas de variedades: aqui, o que vale mais, é algo próximo ao pitoresco e à fofoca, aquilo que foi entre ouvido nos corredores do Congresso ou da Câmara dos Deputados e repassado por uma fonte, na maior parte das vezes sem identificação.

Não há regras fixas no discurso jornalístico de uma coluna de notas. As notícias ali presentes são marcadas pelo exercício ou utilização de estratégias discursivas e outros recursos vedados ao conjunto dos jornalistas (COUTINHO, 2005; BRAGA, 1999). Essa liberdade de poder publicar notícias sem identificação – em *off* - faz do colunista um profissional respeitado e muitas vezes temido pelas fontes que constantemente o procuram. Conta para isso o imenso poder simbólico dos meios de comunicação no Brasil. A luta pelo debate público e pelo reconhecimento político no Brasil como forma de conquistar a atenção da opinião pública politicamente influente passa necessariamente pelos meios de comunicação. Uma disputa que atrai até setores alheios a esta esfera, como ressalta Wilson Gomes: “Se as entidades ou organizações da sociedade civil, por exemplo, não forem

capazes de se introduzir na cena do debate midiático, terão reduzidas consideravelmente as suas já não tão grandes chances de participar das decisões do Estado e da agenda nacional”.

**Há setores que praticamente monopolizam o debate público, como editores e colunistas de informativos periódicos**, as figuras principais do jornalismo opinativo da chamada grande imprensa, os condutores de talk-shows e programas de debates televisivos, o governo, personalidades mediáticas do Congresso, câmaras e sociedade civil, personalidades dos chamados mundo da cultura, do espetáculo e dos negócios e, por último, os chamados intelectuais da mídia (as “figurinhas carimbadas” da academia ou do mercado profissional, a quem os meios de comunicação costumam recorrer para opinar). (GOMES, 1998, grifos nossos).

Enfim, colunistas possuem um poder de fato na construção das notícias de um jornal, atuando como modernos *gatekeepers*, ao fazerem a seleção do que será notícia ou não, embora este poder só dure enquanto o jornalista for titular de uma coluna de prestígio.

\*\*\*

Neste capítulo vamos recapitular algumas das principais pesquisas sobre as colunas de notas brasileiras, quando tentarei fixar as características comuns às principais colunas de nossa mídia impressa. Adiante, analiso como as colunas lidam com a apuração do fato e sua repercussão. Para isso, busquei primeiro exemplos de fatos políticos foram antecipados pelas colunas de notas e tiveram repercussão nacional. Depois, parto para estudar como um fato de grande repercussão é retratado pelas principais colunas de notas do Rio e de São Paulo. Assim, pretende-se investigar a construção discursiva do colunismo, ou como opera este gênero jornalístico no cenário nacional.

### **Algumas pesquisas sobre o tema**

Alguns teóricos, citados ao longo deste trabalho, procuraram estudar o gênero híbrido das colunas de notas. Ainda na década de 1970, quando as colunas sociais ao estilo “antigo” ainda preponderavam, não se pode deixar de citar o trabalho pioneiro de Anamaria Kovacs, realizado em 1975, “Coluna social: linguagem e montagem” que ajudou bastante

às futuras pesquisas ao analisar a estrutura simbólica do gênero. Como vimos na primeira parte deste trabalho, Kovacs constatou ali duas funções principais: a) colocar em evidência os personagens-paradigmas; b) promover, através destes personagens, todo um setor de indústria de consumo e de lazer. A autora confirmou ainda a função “psicoterapêutica” das colunas sociais: relaxar as tensões e frustrações da vida real. Já naquela época, ao acompanhar a produção cotidiana de colunistas como Ibrahim Sued e Zózimo, a autora encontrou vários elementos expressivos do que ela definiu como a “montagem” da coluna. Ou seja, além da nota mundana, típica dos primeiros registros sociais, conviviam juntas a nota crítica, a nota cultural, a nota política e econômica, o apelo (ao público e às autoridades) e os rumores.

Somente na década de 1990 surgem novos estudos acadêmicos sobre o gênero. São trabalhos que procuram entender a natureza diversificada das colunas de notas, que aos poucos abandonam o colunismo estritamente social para abranger uma gama maior de variedades informativas. No livro “A opinião no jornalismo brasileiro”, José Marques de Melo atenta para o que ele chama de “mutações significativas” pelas quais o jornalismo vem passando ao longo do tempo.

Quando o editor inglês Samuel Buckley decidiu pela separação entre *news* e *comments* no *Daily Courant* ele iniciou a classificação dos gêneros jornalísticos, já no princípio do século XVIII. Desde então, a mensagem jornalística vem experimentando mutações significativas em decorrência das transformações tecnológicas que determinam as suas formas de expressão, mas sobretudo em função das alterações culturais com que se defronta e a que se adapta a instituição jornalística em cada país ou em cada universo geocultural (MELO, 1994).

Melo acrescenta ainda a opinião do pesquisador José Martínez de Souza, ao lembrar que “o jornalismo mundial não é uma entidade unificada”. Ou seja, em cada país há adaptações pelas quais o jornalismo sofre ao ser interpretado por diferentes culturas. Martinez de Souza, ao se referir especificamente aos gêneros jornalísticos, ressalta: “A imprensa estadunidense somente utiliza dois gêneros: o *comment* e a *story*, enquanto entre os latinos são normais outras divisões em mais de dois gêneros” (MARTINEZ DE SOUZA apud MELO, 1994).

Portanto, se nos Estados Unidos, berço das crônicas sociais, as colunas “de mexericos” e as colunas políticas não se misturavam – Fraser Bond até entende ser a coluna dos bastidores da política uma variante da coluna de mexericos “mas sem a tagarelice destas últimas” – aqui no Brasil não haverá linha divisória a demarcar onde começa e onde acaba cada gênero. O que faz Marques de Melo qualificar a coluna de notas brasileira de um “complexo de mini-informações”: “Fatos relatados com muita brevidade. Comentários rápidos sobre situações emergentes. Pontos de vista apreendidos de personalidade do mundo noticioso. Trata-se de uma colcha de retalhos, com unidades informativas e opinativas que se articulam. São pílulas, flashes, dicas” (MARQUES DE MELO, *ibidem*).

Outro estudo acadêmico sobre as colunas de notas foi realizado por Murilo César Ramos no livro “Intrigas da Corte: Jornalismo político nas colunas sociais”. O autor pesquisou as colunas de notas mais lidas do Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília, para concluir que há hoje a emergência de um novo gênero jornalístico, rotulado por ele como “jornalismo político das colunas sociais”<sup>1</sup>. Segundo Ramos, os colunistas hoje dedicam o espaço mais nobre de suas colunas à política. “São as notas que vêm em destaque, no alto das páginas, da esquerda para a direita, acompanhando, como manda a boa regra jornalística, o nosso jeito de ler. Ou são boxes cercados de fios, negritados, com todo o jeito de não escapar a atenção do leitor” (RAMOS, 2002).

Ramos preocupa-se com o aspecto da construção da notícia no jornalismo das colunas de notas e o aspecto ético diante do fato. Seria um tipo de jornalismo político sem repórteres no sentido convencional – “o telefone é seu apoio mais fundamental, os repórteres quase não se sai mais das redações e, por isso, pode muitas vezes beira o irresponsável”. Embora os colunistas deixem claro que nada ali é inventado, o pesquisador critica o procedimento adotado pelos colunistas quanto à apuração das notas.

O jornalismo político das colunas sociais é feito hoje quase todo ele do recurso ao estereótipo puro e simples, esparsamente intercalado por informações precisas e de fonte segura. O jornalismo político das colunas sociais é hoje uma arma muito poderosa nas mãos dos seus titulares, e daqueles com acesso direto a esse tipo de informação. Ele é a encarnação impressa, muitas vezes, do jogo duro e sujo da política de bastidores, só

---

<sup>1</sup> Este é apenas um rótulo dado por um pesquisador, entre tantos outros, como “colunismo de variedades”, “colunismo informativo” etc. Optei por chamar o objeto desta pesquisa simplesmente como “colunas de notas”, por considerar o termo ao mesmo tempo abrangente – pode se referir a qualquer nota, seja ela informativa ou opinativa, política ou mundana – e ao mesmo tempo aludir à característica principal do gênero: a notícia sintética, escrita em poucas linhas.



que se esqueceram de sobre isso prevenir o leitor. Aquela nota sobre o ministro irremovível removido no dia seguinte só apareceu lá porque no jornalismo político das colunas sociais não se exige respeito à regra mais elementar da produção da notícia na tradição liberal: o respeito ao fato e a identificação das fontes, ou pelo nome ou pelas convenções clássicas que permitem ao leitor saber que aquele fato teve uma origem externa à imaginação do repórter ou redator. Daí a proliferação descontrolada dos balões-de-ensaio, das maldades e das intrigas, formando uma malha jornalística tão frouxamente trançada, que por ela escapam com excessiva facilidade a ética e a aproximação da verdade (RAMOS, 2002:259).

No livro “Colunismo e Poder: representações nas páginas de jornal”, a pesquisadora Iluska Coutinho investigou o poder de representação das colunas como um espaço privilegiado dentro do campo jornalístico. Para tanto, realizou um estudo de caso tendo como objeto a Coluna Vitor Hugo, do jornal *A Gazeta*, no Espírito Santo, acompanhando as relações dos parlamentares da Assembléia Legislativa do Espírito Santo - trinta deputados ao todo -, e os jornalistas produtores da coluna. A hipótese, comprovada pela pesquisa empírica, seria de que a coluna exerceria um papel de agendamento<sup>2</sup> dos campos da política e do jornalismo factual, ou seja, a transformação das notas publicadas em ações políticas, e sua posterior repercussão e publicação em matérias factuais, provando que a coluna de notas exerce hoje um papel de filtro (COUTINHO, 2005:75) dos assuntos que mereçam destaque. Segundo Coutinho, “a utilização da coluna como fonte de informação, referência e até moeda de negociação do jogo político foi admitida por quase todos os parlamentares entrevistados” (idem), numa constatação de que a coluna realmente pautava o jornalismo no Estado. Constatou-se que várias outras editoriais do mesmo jornal “recebiam pautas” da coluna Vitor Hugo. Em quase 60 dias de acompanhamento diário da coluna, registrou-se 44 casos diretos de agendamento, suscitando matérias ou ações no campo da política (Ibidem)<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> Na teoria da comunicação, agendamento vem de “agenda-setting”, sustenta a hipótese de que as pessoas passam a agendar seus assuntos e conversas em função do que é veiculado pela mídia.

<sup>3</sup> Também no Espírito Santo, uma coluna bastante influente é a do jornalista Maurício Prates, do jornal *A Tribuna*. A jornalista e mestre em Comunicação Yasmine Hofmann trabalhou na coluna pelo período de um ano: “O colunista Maurício Prates tinha informações privilegiadas, muitas vindas de autoridades, como o governador, deputados federais, entre outras personalidades importantes. Chegamos a pautar vários assuntos importantes como a possível quebra da concessão do contrato de administração da Terceira Ponte, uma das principais ligações entre Vitória (capital) e Vila Velha (o município mais populoso da Grande Vitória). Anunciávamos nomeações de cargos importantes do governo antes que elas ocorressem, além de outros assuntos importantes para a economia local, como a reforma do Aeroporto de Vitória” (Yasmine Hofmann, entrevista ao autor, novembro de 2008).

Davi Emerich também estudou as colunas de notas em sua dissertação de mestrado “O beijo de Mangabeira – O jornalismo político das colunas sociais”. Ali, apesar de afirmar que o jornalismo brasileiro “encontra-se em franco processo de colonização” (não só das colunas de notas, mas também pela proliferação de diversos tipos de colunas fixas), o autor questiona se não haveria um certo exagero no dimensionamento do impacto desses materiais jornalísticos junto à opinião pública, devido, no seu entender, a “pouca presença dos conteúdos das colunas em chamadas de primeira página”.

Esta última afirmação é questionável, primeiro porque o autor admite que não tem subsídios para avaliar a repercussão e a influência destas notas sobre a opinião pública. E segundo, porque, ao afirmar, impressionisticamente, que haveria um “exagero” no impacto destes materiais, além da pouca presença do conteúdo em chamadas de primeira página, o autor se contrapõe à pesquisa empírica realizada por Iluska Coutinho, quando a maioria dos parlamentares da Câmara Estadual do Espírito Santo admitiu aproximar-se da coluna de forma a manter-se em evidência ou mesmo como espaço valioso de manutenção das estratégias do jogo político. Emerich ainda levanta a hipótese acerca se o material publicado nas colunas, apesar da “pouca densidade noticiosa”, teria o atributo de ser motivador de discussões, gerador de debates em meio a seu público específico (EMERICH, 1997, apud COUTINHO, 2005). O pesquisador deixa no ar a pergunta, a ser respondida por um futuro trabalho de recepção entre os leitores: quem seria o público dessas colunas?

Seria necessário o uso de uma pesquisa abrangente entre diversos tipos de leitores (não esquecendo de delimitar a classe social, escolaridade etc) para que o estudo da recepção às colunas de notas fosse feito á contento. Os leitores, cientes ou não de sua cultura, seus repertórios, reagem de formas específicas às transformações culturais de cada época. O leitor de hoje não está interessado apenas em informação e política – ele busca também em seu jornal diário serviços e entretenimento. Desta forma, a caracterização de uma coluna de variedades como um “mini-jornal” dentro do periódico vai ao encontro da definição de Ancelmo Góis sobre a seleção de notícias para a sua coluna: “Tento fazer um *mini-Globo* dentro de *O Globo*. Minha esperança é de qualquer leitor que pegue o jornal para ler, qualquer que seja seu assunto preferido (política, economia, cidade, esportes etc)

dê uma passada na minha coluna antes. Ele sabe que ali vai ter pelo menos uma nota que irá interessá-lo”<sup>4</sup>.

Nesse estilo de colunismo você conversa mais com o público. Até porque o modelo do jornalismo que temos aqui no Brasil, que é um modelo americano, muito duro, onde se busca o lide, a objetividade, a procura por uma pretensa imparcialidade, a se mostrar apartidário etc. Na coluna você se permite um pouco mais de informalidade. No domingo eu dei a notícia sobre um babuíno, um macaco de um zoológico de Niterói que ainda não chegou às vias de fato com a namorada. Está há três meses negando fogo (sic). O título da coluna foi “Nota social”, falando que o macaco ainda não havia se acasalado com a macaquinha. Repare: isso não é notícia de jornal. Mas na coluna servia. Eu abri a coluna naquele dia com um assunto sério, importantíssimo, que era sobre a licitação das linhas de ônibus em Duque de Caxias. Deu chamada na primeira página. Os jornais concorrentes suitaram no dia seguinte. Mas eu até brinquei na hora: “a notícia mais comentada será sobre o macaco!” (risos). Esse equilíbrio é algo que nem sempre dá pra fazer, mas na intenção de deixar a coluna mais leve, eu decido publicar (Fernando Molica, entrevista).

### **Para além da trivialidade: complexidades do gênero**

Para estudar com mais profundidade como operam as colunas de notas, é preciso ir além das primeiras definições sobre o colunismo. As colunas sociais se consagraram como um gênero destinado a consagrar a modernização do estilo de vida das elites.

Em termos mais diretos, tratava-se da chegada à coalizão dominante no Brasil de setores ponderáveis da burguesia industrial e mercantil, que depois da Segunda Grande Guerra foi aos poucos tomando o lugar da classe agrário-exportadora. A temperatura ideológica deste gênero, ou seja, aquilo que constituía o “tom” jornalístico da visibilidade social da nova fração de classe no poder, consistia na celebração de sinais exteriores de consumo conspícuo. (...) Antes de tudo, coisas importadas, que ajudaram a construir a mitologia do *grand monde* ou “café soçaite” (SODRÉ, 2003).

O gênero “colunismo social” seria determinante, portanto, segundo autores como Sodré (2003), Morin (1980) e Melo (1994), em seu papel de aprofundar “os mecanismos de

---

<sup>4</sup> Entrevista ao autor, outubro de 2007

reprodução social e de controle político na sociedade burguesa”, como já vimos no capítulo anterior. No entanto, no jornalismo atual, essa definição já se encontra incompleta.

Para uma melhor compreensão das funções e características das colunas de notas contemporâneas, é necessário atentar para a complexidade do gênero e sua natureza ambígua, afigurando-se como espaço de entrecruzamento de várias formas de expressão noticiosa (RABAÇA E BARBOSA, apud Melo, 1994), pois muitas vezes aqui a linguagem objetiva do jornalismo se mescla ao jornalismo opinativo, próprio das crônicas e comentários. Assim, se as colunas de notas de teor mais político – em especial o Informe JB e a coluna Painel, da *Folha de São Paulo* – operam de forma a abranger os *fait-divers*<sup>5</sup> da política, podemos dizer que as colunas de notas de variedades, ao estilo de Ancelmo Góis, Boechat, Anna Ramalho, Mônica Bergamo, entre outros, abrangem também os *fait-divers* de maneira geral, mas com algumas diferenças fundamentais. Primeiro, deixando de lado os temas “pesados”, como mortes, violência, agressões da natureza, escândalos sexuais etc, consagrados na imprensa popular, para privilegiar os fatos “secundários”, ou ainda nos bastidores da sociedade. Segundo, investindo na linguagem informal, num tom mais leve, embora nem um pouco ingênuo. E terceiro, mas não menos importante: as colunas de notas, ao privilegiar notícias que ainda se encontram bastidores, sejam assuntos públicos ou privados, atuam ainda como um dos poucos espaços da mídia impressa em que o furo, a notícia em primeira mão, é veiculada. As melhores colunas de notas são capazes de “furar” até as notícias em tempo real da internet e da televisão.

Mas o segredo do fascínio das colunas está no ineditismo e na antecipação de suas informações, na revelação de bastidores a que só privilegiados têm acesso, na divulgação em primeira mão até de piadas que acabam de nascer nas antecâmeras do poder ou nas ruas, na atualização constante do movimento internacional de seus personagens, na dica em primeira mão das últimas tendências de moda e comportamento, na observação jocosa de um fato flagrado num canto da cidade, mas que tem significação nacional; a coluna, enfim, substitui o papo inteligente e bem-informado, cada vez mais difícil de acontecer na

---

<sup>5</sup> O curioso é que estas notícias, normalmente associadas ao jornalismo sensacionalista – o jornalismo “sério” lidaria com assuntos mais relevantes como política e economia – se aplica à perfeição nas colunas de notas brasileiras, como admitem os colunistas: “Eu não sou uma colunista social – eu sou uma colunista *de notícias*. De *fait-divers*, como dizem os franceses. Falo de várias coisas. E é muito mais difícil – você tem que ter um arcabouço bem razoável pra sustentar isso tudo diariamente” (Anna Ramalho, entrevista)

rotina de um homem comum, mas ansioso por se aprimorar (ZOBARAN, 1994:109).

\*\*\*

Chegamos a um ponto em que já nos é possível definir as principais características e funções das colunas de notas e sua evolução nas últimas décadas. Vejamos:

1) Colunismo social – dos anos 1940 até meados da década de 1960:

- Dedicar-se a descrever o estilo de vida das classes mais abastadas, a incipiente burguesia nacional urbana que surge no rastro da industrialização;
- Dá destaque para os personagens ricos (“gente bem”, no dizer de Jacinto de Thormes) e demais olímpicos – astros de cinema, esportistas de sucesso, empresários e alguns políticos famosos;
- Promove, através destes personagens, todo um setor de indústrias de consumo e lazer. Companhias aéreas e indústria automobilística são sempre citadas;
- A linguagem utilizada é em tom de crônica. O colunista é um cronista social com passaporte para as grandes festas e recepções, que descreve este mundo idealizado ao leitor comum;
- A foto nas colunas é obrigatória nos anos 1950 em diante. Personagens da alta burguesia brilham em vestidos importados. Canapés e cascatas de camarões contribuem para fixar um estilo de vida junto ao leitor;
- O tom é informal, por vezes pedante, com abuso de expressões estrangeiras. Há espaço, porém, para o humor e ironias sobre os personagens retratados;
- O colunista escreve a coluna sozinho. Não há equipe a assessorá-lo;
- O colunista não se furta a dar lições de etiqueta ao leitor - como se vestir, como se portar numa recepção, como comer adequadamente numa festa elegante etc. Opera como um verdadeiro árbitro do gosto;
- Além das descrições de festas, fofocas sobre os personagens e outras amenidades, o colunista enumera listas diversas, com destaque para os mais elegantes. Promove eventos, como baile das debutantes e a vinda de astros de Hollywood ao Brasil.

- Aos poucos, Maneco Müller insere pequenas notas sobre política e economia ao lado das amenidades. Ibrahim Sued dará continuidade a este estilo, buscando a notícia exclusiva e investindo na nota sintética, escrita em poucas linhas.

## 2) Colunas de notas – de meados da década de 1960 até os anos 1980 e o fim da ditadura:

- Começa a metamorfose das colunas sociais. O Rio perde o posto de capital federal para Brasília. Necessidade de abranger novos públicos;
- Descrições de eventos suntuosos vão aos poucos sendo substituídas por notícias mais variadas, sobre política, economia, cultura e até esportes. Personagens da TV, que se torna um meio de massa nos anos 1970, começam a frequentar as colunas;
- Nas fotos, personagens da alta sociedade imperam, ao lado de atores estrangeiros, famosos e demais olímpicos. Algumas colunas começam a publicar fotos coloridas;
- O colunista continua a dar conselhos sobre comportamento aos leitores, mas também atua no sentido de criticar autoridades, clamar por melhorias no serviço público etc;
- O tom frívolo de algumas colunas é aos poucos substituído pela notícia objetiva, curta e direta. Usa-se menos expressões estrangeiras. O estilo informal e mais “solto”, no entanto, continua;
- O prestígio dos colunistas segue intacto. A página em que se situa a coluna Zózimo, no *Jornal do Brasil*, é a mais cara do jornal para anunciar produtos;
- A repressão obriga muitos colunistas a aterem-se ao noticiário mundano. Poucos, como Ibrahim Sued e Zózimo, conseguem por vezes burlar a vigilância dos censores e publicar uma nota exclusiva sobre política.
- Surgem colunas de notas de teor mais político – como Informe JB, do *Jornal do Brasil*, e Painel, da *Folha de São Paulo*. Para escapar da censura, notícias importantes sobre a ditadura militar podem contrariar a regra jornalística, vindo no último parágrafo da matéria (e não no lide), ou transferida para uma coluna de notas.

## 3) Colunas de notas – Dos anos 1990 aos dias de hoje:

- A intenção principal é a notícia exclusiva, em primeira mão;
- O ambiente de trabalho do colunista resume-se à redação. O colunista não vai mais a festas e só sai do jornal eventualmente, para encontros com fontes que podem render boas notícias;
- As colunas tornam-se âncoras de leitura dos jornais, funcionando como mini-jornais dentro de uma publicação de referência;
- As notas sobre política e economia são agora as mais importantes e ocupam espaço privilegiado nas colunas;
- O agendamento. Por lidarem com a notícia em primeira mão, as colunas não raro pautam as outras editorias e antecipam fatos que, pela repercussão, serão manchetes de primeira página nos dias seguintes;
- Mesmo algo já publicado deve ser noticiado buscando algo além do fato<sup>6</sup>. O colunista procura sempre a notícia que está à margem do fato principal, o secundário das disputas do poder e nas notas sobre cidade e sociedade;
- Os bastidores das transações políticas e econômicas são privilegiados pelas colunas, além de rumores, insinuações ou mesmo a nota que servirá como “balão-de-ensaio”, para testar a veracidade da informação recebida;
- As frases são curtas e o estilo é direto, com abertura para efeitos textuais, trocadilhos, bordões, a fim de que o leitor se identifique com o estilo do colunista;
- A linguagem é leve, informal, de modo a realçar o lado pitoresco do fato, os *faits-divers* do cotidiano;
- Continuam as críticas às autoridades federais e municipais com relação aos problemas da cidade;
- É dada atenção especial aos títulos de cada nota, pois estes “comentam” a notícia que virá;
- As fotos recebem agora a colaboração dos leitores, que as enviam pela internet. A burguesia perde espaço e a intenção é agregar informação também às imagens. Abre-se espaço para fotos sobre abusos de autoridades, desmandos na cidade, além das celebridades televisivas e até mesmo – se for o caso de Ancelmo Gois – eleição da árvore mais bonita, nos períodos primaveris;

---

<sup>6</sup> Sobre essa busca, conferir mais adiante o tópico sobre a absolvição do senador Renan Calheiros.

- Além das fotos, algumas colunas exploram a caricatura da pessoa retratada;
- Personagens da alta sociedade agora são minoria. Celebidades televisivas, modelos, políticos midiáticos dão o tom;
- Presença de ironias, comentários jocosos, ou simples fofocas de bastidores;
- Não há delimitação entre as esferas pública e privada: assuntos altamente importantes da política nacional podem vir ao lado com o “furo” da gravidez de uma celebridade.
- Busca por uma pretensa “objetividade” através de efeitos textuais, como se o colunista fosse um mero observador do fato que aconteceria por si só.

A leitura das características inerentes às colunas de notas mostra como o gênero evoluiu e se transformou a partir dos anos 1940 e 50; a princípio como um espaço destinado a retratar os personagens da crescente burguesia nacional, para mais tarde abraçar um estilo que conjuga informação variada e pílulas objetivas a comentários, piadas, rumores políticos etc. O critério da seleção das notícias que merecerão preencher a coluna pode variar de acordo com o estilo de cada colunista, alguns mais para o lado social, como em Mônica Bergamo, outros privilegiando os bastidores políticos, como em Jorge Bastos Moreno. Nos próximos tópicos, selecionamos alguns exemplos de como as colunas constroem seus discursos e conseguem influir no cenário político nacional. O primeiro caso trata de como uma nota antecipada por um colunista repercutiu nos meios políticos e ajudou a desestabilizar um governo.

### **Da construção da notícia à repercussão na sociedade, ou da importância de uma boa fonte**

Primeiramente é necessário repetir que nenhuma das notas selecionadas pelo colunista e sua equipe num determinado dia estão ali “de graça”. Na verdade, as notas selecionadas obedecem a um jogo de conveniências e interesses entre o titular da coluna e uma gama variada de fontes. Na coluna Vitor Hugo, do jornal *A Gazeta*, do Espírito Santo, estudada por Iluska Coutinho, há o espaço de pequenos registros, que recebem o título de “Ponta a Ponta”. Um dos editores da coluna definiu esta seção como “respiradouro da



coluna”, pois “teria a função principal de atender às demandas de boas fontes retribuídas com a publicação de uma informação pessoal, ou de seu interesse, e ainda como espaço para inserção de dados recebidos via *releases* de um modo geral” (COUTINHO, 2005:70). Este tipo de “espaço para registros” é comum em quase todas as colunas de variedades<sup>7</sup>.

O sucesso de uma coluna – ou melhor, de sua capacidade de coletar o maior número de “furos” jornalísticos – depende cada vez mais da manutenção de uma boa rede de fontes confiáveis. Às vezes, uma boa fonte pode vir das situações mais inesperadas. Foi o que aconteceu com o jornalista Ricardo Boechat, no início de 1991, num almoço com um primo de sua ex-mulher.

Na época, Boechat era titular da coluna do Swann, de *O Globo*. Ainda não possuía uma coluna com seu nome, mas já era um jornalista respeitado. O presidente em exercício era Fernando Collor de Melo. Quando ainda estava casado com sua ex-mulher, a futura fonte era ainda um pequeno comerciante, titular de uma loja de tecidos. Com o tempo, ele expandira os negócios: fornecia vacina, remédios e aparelhos de saúde para municípios, Estados e a União. Naquele almoço, conversaram sobre corrupção. O ex-comerciante, agora empresário, contou que, pouco tempo antes, ao disputar uma concorrência, fora encaminhado a um certo “comandante Bandeira”, o qual lhe pedira uma comissão para que sua empresa fosse a vencedora. Bandeira dissera que a comissão seria entregue ao “Número Um”. O comerciante supunha que o “Número Um” fosse o presidente. Nem ele nem o jornalista suspeitavam que o “comandante” era Jorge Bandeira, piloto de Paulo César Farias, o principal tesoureiro da campanha de Fernando Collor à presidência da República (CONTI, 1999:257).

Uma informação deste tipo, com certeza não renderia matéria para a área política do jornal: Faltam nomes, faltam fontes confiáveis, falta a apuração rigorosa. No entanto, serve a contento para uma coluna de notas disposta a medir “a temperatura” de um rumor. Segundo o jornalista, “muitas vezes as notícias são o embrião para grandes matérias. Elas trabalham com sondagens, indicações, é outra química”. Boechat ressalta sabe que no dia-a-dia um colunista deve estar preparado para uma margem de erro, que deve ser a menor possível. Talvez por este motivo ele já tenha se definido como um “atirador de elite”:

---

<sup>7</sup> Mais detalhes sobre essa política de troca de informações no capítulo 8.

É como se eu fosse um atirador de elite. O atirador de elite não é o chefe de polícia, ele não é o teórico da segurança pública, não é o ator principal do filme, ele não é merda nenhuma; ele é um figurante, mas tem uma função específica e vital, que é a de disparar uma única bala e resolver o problema. Você tem que aceitar como parte desta atividade uma margem de erro, porque, se não tivesse margem de erro, o atirador seria o herói do filme. Eu estou aqui dando tiro o dia inteiro. Cabe ao público concluir que minha média de acertos justifica que ele volte a ler minha coluna no dia seguinte<sup>8</sup>

Ricardo Boechat queria testar a informação que recebera. Do alto de sua experiência, sabia que, se houvesse alguma reação, o assunto poderia render. Voltou para a redação e escreveu uma notinha para a coluna dizendo que o presidente, em seu círculo mais próximo, era conhecido pelo apelido de “Número Um”. A nota (ou “a única bala do atirador”) provocou um forte desmentido por parte do Planalto. Esta reação despropositada levou o colunista a uma certeza e a uma hipótese. A certeza: havia descoberto uma boa fonte; a hipótese: era possível que os sustentáculos da corrupção estivessem ligadas ao “Número Um”.

Boechat sabia que o antigo parente, ao convidá-lo para almoçar, não o fizera à toa. No mínimo, o empresário estava disposto a denunciar os pedidos de comissão nos bastidores da negociação e achara melhor relatar o fato ao jornalista. O colunista, por sua vez, vira que não tinha nada a perder com aquela informação. Na pior das hipóteses, se não houvesse reação por parte do Planalto, era só esquecer o caso e seguir em frente. O estopim do escândalo, suscitado por uma pequena nota na coluna do Swann, mostra o poder de agendamento das colunas: às reportagens publicadas pelo *Globo* seguiram-se a capa da revista *Veja*, o cancelamento da concorrência pelo presidente, além de uma reação indignada do ministro do Exército.

O exemplo, que se seguiu a outro e resultaria mais tarde num dos maiores escândalos do governo Fernando Collor – o superfaturamento na compra de fardas pelo exército, serve para mostrar uma das funções utilizadas por titulares das colunas de notas: a função de “balão de ensaio”, ou seja, a disseminação de uma notícia ainda não comprovada para avaliar a repercussão na opinião pública. Num espaço editorial mais informativo, voltado para o noticiário factual, uma nota igual a essa dificilmente teria condições de vir a

---

<sup>8</sup> Entrevista a Vitor Szejder para o livro “Jornalistas” (ver bibliografia).

público. Mas, no espaço heterogêneo das colunas de notas, onde é permitida ao colunista uma ousadia maior na investigação, a informação se prestava à perfeição.

Na relação das fontes com os jornalistas (e particularmente em política, espaço em que o contato é continuado e simbiótico) uma especulação, uma proposta preliminar, uma interpretação, um quase-fato, podem ser insuficientes para gerar notícia; e arriscados pela dúvida sobre as reações que podem provocar. Sabemos que às vezes enunciar uma proposta publicamente corresponde a "queimar" suas possibilidades de encaminhamento, pelas reações adversas ativadas em um momento no qual sua tessitura é ainda frágil. As colunas de notas, dadas estruturalmente como espaço "ligeiro" e construídas em um modo jornalístico de *low-profile*, são assim ambiente privilegiado para um "balão de ensaio" dirigido à opinião pública, assim como para recados em via pública, mas voltados para os "iniciados" (os diversos grupos *inside* no jogo político). (BRAGA, 1999)

\*\*\*

Voltemos a 2008, para um episódio recente: o grampo telefônico da investigação Satiagraha, da Polícia Federal, que levou à prisão o banqueiro Daniel Dantas, o mega-investidor Naji Nahas e o ex-prefeito de São Paulo Celso Pita, no dia 8 de julho de 2008. Antes mesmo da prisão, nesse mesmo dia, a coluna de Anna Ramalho, do *Jornal do Brasil*, já informava, em duas notas:

Anna Ramalho - *Jornal do Brasil*, 08/07/2008:

#### **Coisa de espião**

Presidente da CPI do Grampo e delegado licenciado da PF, o deputado Marcelo Itagiba toma, hoje, o depoimento do executivo Eduardo Gomide, diretor da Kroll Associates Brasil Ltda. A empresa, cuja matriz fica na Inglaterra, foi acusada de ter sido contratada pelo banqueiro Daniel Dantas, dono do grupo Opportunity, para realizar serviços de espionagem empresarial em território brasileiro.

#### **Grampo ilegal**

A denúncia é de que a Kroll Brasil montou um esquema que incluiu interceptações telefônicas não autorizadas pela Justiça brasileira. Foram grampeadas várias linhas utilizadas por executivos da Telecom Itália, empresa com a qual o Opportunity disputava o controle acionário da Brasil Telecom.

A notícia que repercutiu em todo o Brasil foi antecipada por uma coluna de notas carioca. Difere-se do exemplo anterior porque Boechat praticamente descobriu sozinho – com a ajuda de uma inesperada fonte – o superfaturamento envolvendo as fardas do exército; enquanto Anna teve que contar com a intuição de jornalista para conseguir a exclusividade antes de toda a grande imprensa. Em ambos os casos, pode-se contar a sorte e a ajuda de boas fontes. Ela explica:

São coisas que acontecem em cadeia. Tive a antecipação da Kroll pelo contato constante que mantém comigo o presidente da CPI do Grampo e delegado licenciado Marcelo Itagiba. Tipo de fonte que dispensa checagem. Falando com outra fonte, também da área política, percebi que havia alguma coisa ali. Certeza, certeza, nesse caso, não tive. Valeu, aí, o feeling<sup>9</sup>.

Os dois exemplos deixam claro: o colunista que escreve uma coluna de notas deve estar sempre bem preparado e muito bem informado. A checagem dos dados continua essencial, o que derruba diversas versões acadêmicas que criticam a falta de apuração ou “rigor jornalístico” na investigação que originará as notas. Boechat e Anna ainda não tinham certeza do alto teor de cada uma de suas notas. Mas resolveram testar as informações recebidas na coluna. A repercussão da nota de Boechat e a exclusividade da nota de Anna apontam para a relevância do gênero como espaço investigativo e de “laboratório” para os rumores políticos que muitos desejariam não ver publicados.

\*\*\*

A busca incessante da notícia exclusiva é o que norteia Fernando Molica, atual titular da coluna Informe do Dia, do jornal carioca *O Dia*. O jornalista é mais conhecido por sua passagem de doze anos como repórter da TV Globo, mas não nega que se sente mais à vontade na mídia impressa – antes de trabalhar em televisão, Molica passou pelas redações da *Folha de São Paulo*, *Estado de São Paulo* e *O Globo*. O jornalista também é autor de

---

<sup>9</sup> Entrevista ao autor, julho de 2008.

livros-reportagem e um romance. Sua coluna procura dar prioridade aos assuntos referentes à política do Rio de Janeiro.

Acostumado a lidar com diferentes ritmos de produção da notícia – jornal, TV, livros – o colunista ironiza as críticas de que as colunas seriam um espaço que estaria contribuindo para uma suposta perda da profundidade da mídia impressa: “A coluna não é um espaço de aprofundamento – ela é uma prova de 100 metros rasos. Não é maratona, nem prova de 400 metros com barreiras. O princípio básico dela é antecipar a notícia, buscar a exclusividade. Agora, o risco existe. Você está o tempo todo jogando com sua credibilidade”. O importante, diz Molica, é não descuidar da apuração: “Por princípio, a apuração para a coluna tem que ser igual, deve seguir os mesmos parâmetros da apuração da matéria em outras editorias”<sup>10</sup>. E deve-se tomar muito cuidado com as fontes.

Não é pelo fato de que você tem uma coluna que vai apurar menos - você tem que checar a informação. Ontem eu recebi a informação de um partido político que me passou uma pesquisa. Perguntei o básico; se a pesquisa era séria, se estava registrada etc. Depois fui ligar para o cartório, para a zona eleitoral, para checar. Até porque em época eleitoral<sup>11</sup> a quantidade de casacas de banana que te jogam é uma coisa absurda. Eu acho que a coluna não tem o direito de errar. Não temos salvo-conduto aqui para publicar uma informação não checada devidamente, até porque há processos do mesmo jeito, isso afeta a credibilidade da coluna etc.

A primeira questão é trabalhar alguns princípios básicos. E aí procurar sempre a exclusividade. O que é difícil, pois a imprensa brasileira parece um templo grego, de tanta coluna ... (risos). Então, para cavar a exclusividade, ou seja, convencer a fonte que é melhor para ele dar aquela informação para o Informe do Dia, não dar para o concorrente, requer trabalho. Devemos primeiro seduzir a fonte, apresentando algum tipo de vantagem.

Ninguém dá nada ao colunista de graça. Há sempre um interesse. Pode ser um interesse “nobre”, ou que a fonte julgue nobre, ou um interesse espúrio, que pode ser arrebentar com a vida do adversário político etc. Agora o que nós temos que saber é se aquela informação procede. Se ela procede, nós publicamos.

Esse relacionamento com a fonte é interessante, seja em *off*, seja em *on*. Porque a fonte também tem um negócio que é engraçado. O que a fonte ganha contando uma história para a coluna? O mundo é complexo, e muitas pessoas usam o jornalismo. Muitas pessoas que passam informações hoje estão preocupadas em se candidatar daqui a um ou dois

---

<sup>10</sup> Entrevista ao autor, outubro de 2008.

<sup>11</sup> Estávamos no segundo turno das eleições para prefeito do Rio de Janeiro, disputada pelos candidatos Eduardo Paes (PMDB) e Fernando Gabeira (PV).

anos. Ou então querem desenvolver um contato com a coluna. Então é um jogo de troca; você está o tempo todo trocando. Agora, há também um acordo de cavalheiros, pois eu digo, “se você me der uma informação errada eu te detono aqui na coluna”. Já aconteceu: o cara me passou a informação errada, eu acreditei, pois conhecia o cara há décadas, e era uma informação falsa. Erramos, mas no outro dia eu escrevi, “a informação foi passada pela assessoria de fulano de tal”. Enfim, você estabelece uma relação muito próxima com a fonte, relação esta que também é tensa, é um carinho tenso.

Fernando Molica, assim como a maior parte dos colunistas, trabalha grande parte do dia dentro da redação. É nos contatos por telefone que ele, Boechat, Anna Ramalho e outros fazem a checagem das informações que irão completar o espaço destinado à coluna. Foi também por telefone que ele recebeu a informação de que o candidato Eduardo Paes, do PMDB, antigo desafeto do presidente Lula, havia pedido desculpas ao presidente, visando a vitória no segundo turno. Em três notas, o colunista também antecipou a mágoa que a primeira-dama ainda sentia com relação a Paes, por este ter criticado duramente o filho do presidente quando era relator da CPI do Mensalão.

Fernando Molica – Informe do Dia, 10/10/2008

#### **Paes a Lula: Exagerei...**

Rio - No almoço de terça, na Base Aérea de Santa Cruz, Eduardo Paes disse ao presidente Lula que exagerou nas críticas feitas na época do Mensalão — o candidato do PMDB ao governo era deputado pelo PSDB e chegou a chamar Lula de “chefe da quadrilha”.

Ao lado de Sérgio Cabral, Paes afirmou que errou ao ter, principalmente, insistido em investigar supostas irregularidades que teriam beneficiado Fábio Luís, filho de Lula. Concluiu que não deveria ter incluído a família do presidente em uma disputa política.

#### **O SAPO LOURO**

Lula saiu do almoço menos resistente a Paes, disposto a engolir o sapo, mas continua com um problema: como o Informe revelou no domingo, a primeira-dama, Marisa Letícia, não perdoa as críticas ao filho.

#### **E AGORA, LUIZ?**

O presidente quer encontrar um jeito de demonstrar algum apoio a Paes e garantir a aliança com Sérgio Cabral. Mas teme criar um baita problema doméstico.

Segundo Molica, neste caso o trabalho de apuração contou com a ajuda de duas fontes, que se revelaram essenciais para a publicação da notícia em primeira mão. O “pedido de desculpas”, adianta o colunista, era um rumor que já estava no ar entre os jornalistas, mas que aguardava confirmação.

Na semana anterior, antes do pedido de desculpas, que saiu primeiro aqui no Informe do Dia, eu já tinha informado que o problema do Eduardo Paes era com a Dona Mariza, pois ela não perdoara as críticas que ele havia feito ao filho. Depois, durante a semana, ficou todo aquele rumor se o Eduardo Paes iria pedir desculpas ao presidente, se iria se encontrar com Lula ou não, se vai gravar para o programa eleitoral, se não vai etc. Aí depois, na terça-feira o presidente almoçou com Eduardo Paes aqui no Rio. No dia seguinte, uma fonte de Brasília me ligou e contou, “olha, o Paes e o presidente tiveram uma conversa tensa, a Dona Mariza nem olhou para a cara dele...”. Pensei: como a gente faz agora? Aí eu consegui checar com *outra* fonte, que não tinha nada a ver com a primeira, que disse “o cara foi lá, falou para o presidente que estava arrependido etc...”. E então lançamos na coluna. Depois o *Globo* repercutiu, mas foi uma informação que saiu primeiro aqui na coluna<sup>12</sup>.

O exemplo da nota com as desculpas do candidato é um exemplo da agilidade que as colunas de notas possuem em adiantar este tipo de notícia. Em época de eleições, não foi a televisão, nem a internet que deram a informação sobre o pedido de desculpas do candidato. Elas apenas repercutiram o fato.

Uma informação como essa renderia matéria para abrir a página três. Mas havia um porém: eu não tinha mais do que dois parágrafos. Para virar matéria eu ia demorar sei lá quantos dias para apurar o resto. Eu ia ter que ouvir mais gente, contar uma história, pegar um dia em que a Dona Mariza me recebesse com muito carinho...(risos). Então, era uma informação relevante. Dava matéria? Claro que dava. Só que pra isso eu não conseguiria publicá-la no dia seguinte. Já na coluna eu podia. Então a coluna tem essa facilidade, essa agilidade, de resumir a informação em dois parágrafos. Como as colunas são espaços nobres dos

---

<sup>12</sup> Entrevista, outubro de 2008.

jornais, as pessoas que abrem o jornal e vão direto às colunas já se habituaram a ler estas notícias neste formato<sup>13</sup>.

A busca pela notícia exclusiva também levou o colunista a publicar com exclusividade várias informações que mais tarde foram manchete nos jornais, rádio e televisões. Em comunicado à editoria de política do jornal, o colunista enumerava alguns fatos que saíram primeiro na coluna Informe do Dia.

*Caros, tudo bem?*

*Well, acho que no fim das contas nos saímos bem no primeiro turno.*

*Assim, de cabeça, lembro que antecipamos:*

- 1. a possibilidade da esquerda ficar de fora do segundo turno;*
- 2. a possibilidade do Crivella também ficar de fora;*
- 3. o apoio do grupo de Cesar Maia a Gabeira e as ligações de vereadores do DEM com Eduardo Paes;*
- 4. a decisão do PDT de lançar seu candidato;*
- 5. a tendência de pulverização da Câmara;*
- 6. as ligações do Lindbergh com Zito;*
- 7. o "cinturão" de oposição em torno da capital e de Sérgio Cabral;*
- 8. a decisão do PV de ir em busca dos eleitores da esquerda e não dos partidos.*
- 9. O apoio do Cardeal a Paes.*

*Cobrimos bem as confusões no DEM, também adiantamos algumas estratégias do PV. Conseguimos até uma nota sobre articulações do Crivella e uma outra sobre o que se passava no coração da primeira-patroa, líder, no Alvorada, da resistência a Paes. Conseguimos publicar também algumas boas infos sobre as eleições na Baixada e no interior. Logo no início da campanha mostramos casos de traições - vereadores que apoiavam candidatos a prefeito de outros partidos. Falamos nos candidatos idosos (dois foram eleitos) e, no domingo passado, mostramos a saia-justa do Minc com a eventual ida de Gabeira para o segundo turno - só hoje o Ancelmo entrou no assunto. **Com alguma***

---

<sup>13</sup> Entrevista, outubro de 2008.



*freqüência, o resultado do nosso trabalho podia ser conferido nos jornais*

*do dia seguinte. Acho que, neste primeiro turno, o Informe foi uma referência na cobertura política do Rio.*

*Acho que cumprimos bem a tarefa de antecipar informações. E, fundamental, erramos muito pouco. Acho que o caminho é esse. Temos que aprofundar nossos contatos e redobrar os cuidados com as cascas de banana que serão jogadas na nossa frente.*

*Bem, tenho um almoço hoje, mas não devo demorar muito. Vamos continuar priorizando eleições, mas acho que o leitor tem direito a uma respirada.*

*Abraços.*

*Molica<sup>14</sup>*

Mesmo com toda a concorrência, o colunista mostrou que as colunas, em especial o Informe do Dia, ao anteciparem os fatos que foram notícia durante o período eleitoral, honraram a definição de “corrida de 100 metros” pelo seu estilo sintético. Não por acaso, o exemplo demonstra que, em tempos de internet e convergências midiáticas, a mídia impressa está longe de poder ser considerada obsoleta - ao menos em relação às notícias antecipadas.

### **O acontecimento político refletido nas colunas: a absolvição de Renan Calheiros**

Se, como vimos, uma das razões do fascínio das colunas de notas está na antecipação dos fatos, cabe a pergunta: como o gênero lida com um fato de ampla repercussão na mídia, que ultrapassa os limites da coluna e vai para as primeiras páginas? A resposta é: investindo no “outro lado” da notícia. Foi assim que as colunas de notas levaram ao leitor a notícia da absolvição do senador Renan Calheiros em 12 de setembro de 2007, acusado de quebra de decoro parlamentar<sup>15</sup>.

---

<sup>14</sup> Comunicado de Fernando Molica, enviado no dia 15/10/2008.

<sup>15</sup> A intenção neste tópico, como disse, foi explicitar como as colunas de notas realçaram o que havia nos bastidores de um acontecimento que teve ampla divulgação em toda a mídia. Na última parte desta tese, abordamos em estudo de caso mais aprofundado outro evento de grande repercussão nacional e como foi noticiado pelas principais colunas de notas: o referendo sobre a proibição das armas de fogo, em 2005.

Foram 110 dias que paralisaram o Senado brasileiro. O presidente da casa, Renan Calheiros, havia sido acusado, meses antes, pela Revista Veja, de ter contas pagas por um lobista de empreiteira. Durante semanas, que se transformaram em meses, o Brasil assistiu às manobras de Renan para manter-se no poder, apoiado pelo governo do PT, enquanto a oposição e a imprensa coletavam a cada dia mais provas contra o senador. Ao final, em votação secreta, 40 senadores absolveram o colega. Porém, o ambiente para Renan já se encontrava insustentável, e, menos de um mês depois, ele se licenciou do cargo.

A seguir, selecionamos a maneira peculiar de como a notícia repercutiu em algumas das principais colunas de notas da grande imprensa no dia seguinte, 13 de setembro.

No *Jornal do Brasil*, o Informe JB veio com nove notas. De todas, seis eram sobre a absolvição do senador. Depois de várias mudanças, a coluna de notas mais famosa do JB passou a dedicar-se exclusivamente aos assuntos políticos. A coluna, assinada neste dia por Sérgio Pardellas, vinha com sua primeira nota - a principal, com texto maior e condutora do resto da coluna - com o título “Lula: Renan tem que submergir”. A nota explicava como Renan havia sido absolvido com o apoio decisivo do Planalto, que dera ordens aos seus políticos a votarem a favor de Renan. Mas deixava claro que, mais tarde, o governo iria “cobrar a fatura”. Ou seja, Absolvido, Renan teria que “submergir”, ou entrar de licença para que a CPMF fosse votada. Selecionamos duas notinhas da coluna: a primeira, com um fato objetivo e devidamente apurado; a segunda, com uma nota que só poderia mesmo ser publicada numa coluna de notas.

Sérgio Pardellas – Informe JB, 13/09/2007:

**Coalizão em 1º lugar**

O principal argumento usado ontem pela líder do PT no Senado, Ideli Salvati, (SC), para virar, no partido, votos até então favoráveis à cassação, foi de que o escândalo em que Renan se meteu havia se transformado numa disputa partidária entre governo e oposição, cujo único propósito seria o de abalar a governabilidade do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, o que enfraqueceria a coalizão governista para as eleições de 2008 e 2010.

**Maldade**

Durante a sessão, aliados de Renan Calheiros chegaram a atribuir ao ex-presidente Fernando Henrique Cardoso a articulação para apeá-lo do posto.

Note que há, nas duas notas publicadas em sequência, o uso de diferentes efeitos textuais. Na primeira, uma informação devidamente apurada, com o nome da fonte (a senadora Ideli Salvati), com uma interpretação da fonte sobre as razões de se voltar contra a cassação de Calheiros. Na segunda, o efeito já é inverso: o título já começa por “comentar” o que vem por aí, no caso uma insinuação (sem nomes das fontes, apenas indicados como “aliados de Renan Calheiros”) com requintes de provocação ao ex-presidente Fernando Henrique Cardoso. O espaço heterogêneo das colunas de notas permite essa curiosa característica: o uso de estratégias discursivas para entrelaçar a notícia devidamente apurada do mero boato – apenas para medir a repercussão daquelas duas ou três linhas de texto na oposição, representada pelo partido do ex-presidente.

Ainda no *Jornal do Brasil*, ressaltamos a coluna de Anna Ramalho, com três notas sobre a absolvição, de um total de 14. Egressa do Jornal *O Dia*, onde trabalhou como colaboradora da coluna do jornalista Fred Suter (que chegou a assinar a coluna também no JB, em dias alternados com a de Anna), o espaço assinado por Anna substitui hoje a coluna de Ricardo Boechat. Diferente do tom mais sisudo do Informe, a colunista abusa da ironia para referir-se ao caso.

Anna Ramalho – Jornal do Brasil, 13/09/2007:

**É primavera**

Depois dos sopapos trocados entre deputados e seguranças do Senado, antes da votação que não cassou Renan, ontem, eis que surge no *hall* do plenário um entregador de flores com um vistoso buquê.

- São para o Renan? – ouriçaram-se os curiosos.
- Devem ser da Mônica Veloso – brincou uma assessora.

O moço estava por ali por engano. E na hora errada. Fosse no final dia, nada teria sido mais natural: flores para o vencedor. Argh!

**Lamento**

Do ex-senador Saturnino Braga, do alto de mais de 40 anos de serviços à política, sobre a absolvição de Renan:

- É lastimável que isso tenha acontecido. Estou tristíssimo.
- Todos nós, Saturnino.

Nas notas acima, é visível a tomada de posição da colunista, com uma postura ao mesmo tempo irônica (primeira nota) e crítica (segunda nota) sobre a não cassação do

presidente do Senado. A registrar, o uso da fala de outro, no caso do ex-senador Saturnino Braga, para corroborar sua tomada de posição. Recurso muito usado no território das colunas, a polifonia presta-se com perfeição no jogo de interesses dos colunistas.

No jornal *O Globo*, a coluna mais lida é a de Ancelmo Gois. Gois também aproveitou para usar um tom jocoso quanto ao fato, com uma nota intitulada “O milagre de Renan”, ao dizer que o presidente do Senado “rezou na véspera de sua absolvição aos pés da N.S. de Nazaré, pois deve se achar beneficiário do segundo milagre da santa”. Vamos ressaltar, porém, uma nota que à primeira vista destaca um fato inusitado – refere-se ao tratamento para engravidar da mulher de Renan Calheiros, onde a absolvição do Senado fica em segundo plano.

Ancelmo Gois – O Globo, 13/09/2007:

**O esperma alagoano**

Verônica Calheiros, 44 anos, mulher de Renan, que faz tratamento para engravidar de uma menina com o supermédico Roger Abdelmassih, tem sido uma paciente disciplinada. Os espermatozóides de Renan já foram submetidos a um processo de filtragem. A seleção permite aumentar as chances de se escolher o sexo do filho, já que é o espermatozóide que define se será menino ou menina.

A essa nota seguiam-se duas, explicando como era a “filtragem dos espermatozóides”, e depois, com uma declaração do médico, de que o trabalho “não infringe as normas da reprodução assistida”. Estamos novamente aqui no terreno ao qual Braga classifica de “predomínio do secundário” (1999). Ou seja, já que a absolvição do senador alagoano estava em todas as primeiras páginas, a coluna de notas preferiu publicar o “outro lado” do escândalo, uma suposta não-notícia, mas que diz muito sobre a intermediação entre o público (o senador envolvido com lobistas) e o privado (a tentativa da mulher do senador em engravidar para supostamente diminuir a avassaladora rede de acusações contra o marido e sensibilizar de alguma forma a opinião pública). A este respeito, o colunista comenta:

Sobre a mulher do Renan na coluna e não o senador: aqui na redação a gente sempre procura checar os assuntos (ancorados por pesquisas internas do jornal) sobre os quais o leitor não está mais agüentando. Vibrei quando vi que ninguém agüentava mais falar sobre Renan Calheiros. Daí a nota sobre a mulher dele: vamos falar, sim, mas sobre

outro aspecto da questão. Não tenho nada contra estes assuntos. As notas escolhidas muitas vezes tratam do secundário, sim, como o “entorno” do assunto principal. Às vezes, a nota sobre a meia rasgada de um parlamentar diz mais sobre a cena política nacional do que uma grande reportagem<sup>16</sup>.

O colunista também não abandona a ironia na última nota escolhida. Na seção intitulada “Ponto Final” – área da coluna onde o colunista revela um ponto de vista, uma observação, que muitas vezes se pretende definitiva sobre o assunto em pauta, Gois utiliza uma foto do interior do Senado, na qual Renan Calheiros está sentado na cadeira de presidente, discursando. Ao fundo, um busto de Ruy Barbosa. Utilizando um recurso típico das histórias em quadrinhos, o uso de balões com o diálogo dos personagens, Gois “puxa” um balão do busto para escrever ali uma das frases mais célebres de Ruy Barbosa: “De tanto ver triunfar as nulidades, de tanto ver crescer a desonra, de tanto ver agigantarem-se os poderes nas mãos dos maus, o homem chega a desanimar da virtude, a rir-se da honra, a ter vergonha de ser honesto”. Vale dizer que o recurso da frase famosa de Ruy Barbosa foi também utilizado ou lembrado em outros periódicos brasileiros. O *Jornal do Brasil*, por exemplo, publicou a frase em chamada de primeira página, com o título “Vergonha do mestre”, e o texto do artigo inteiro de Ruy na página de opinião do jornal.

Importante ressaltar que, tanto no *JB* como em *O Globo*, as fotos em destaque nas colunas não faziam qualquer menção à absolvição do senador alagoano. Enquanto a coluna de Anna Ramalho escolheu a foto de três mulheres num evento sobre moda no Rio de Janeiro, Góis preferiu publicar a bela imagem de uma árvore florida com orquídeas, enviada por um leitor de Teresópolis. A intenção é clara: os colunistas já sabiam que as fotos da absolvição do senador iriam estar em todas as primeiras páginas, e preferiram publicar em seus “mini-jornais” outras imagens.

Por fim, selecionamos trechos da coluna Painel, da *Folha de São Paulo*, na qual a colunista Renata Lo Prete caracteriza a data da absolvição de Renan Calheiros como uma “obra coletiva” (grifos nossos):

Renata Lo Prete – Painel, 13/09/2007:

---

<sup>16</sup> Ancelmo Gois, entrevista ao autor.

### Obra coletiva

A oposição culpa o PT. O PT culpa a oposição. **A salvação de Renan Calheiros, porém, foi um "Assassinato no Expresso Oriente". Como no livro de Agatha Christie, diferentes personagens entraram na cabine para dar sua punhalada no pedido de cassação.**

Aloizio Mercadante enquadrou o PT com o discurso de que sacrificar Renan faria de Lula "o próximo alvo". A bancada até se dividiu, mas não na proporção que se anunciava. Quanto ao DEM e ao PSDB, o placar final deixou claro que os dois partidos oposicionistas simplesmente não entregaram votos pró-cassação na quantidade prometida. **Dos dois lados, quem não quis segurar o punhal recorreu à abstenção.** Como bem resumiu, satisfeito, o **pitbull** Almeida Lima (PMDB-SE), "as seis abstenções foram votos da defesa".

A coluna Painel possui a mesma temática do Informe JB – aqui, as notícias são predominantemente do mundo da política. Contudo, o tom é mais leve e também mais irônico. Há a liberdade, nesta nota, de usar recursos típicos das novelas policiais de Agatha Christie para delimitar aqueles que votaram contra a cassação do senador. Assim, termos como “punhalada”, “culpa”, “próximo alvo”, “segurar o punhal”, prestam-se à estratégia discursiva utilizada pela colunista, que também toma a liberdade de referir-se ao senador Almeida Lima, feroz aliado de Renan, como “pitbull”. Essa independência na descrição de personagens e outros detalhes da cena política – o que faz com que o leitor muitas vezes o veja como um “transgressor” frente aos poderes da direção do jornal – é um forte elemento com que o colunista aumenta seu contrato de leitura com os leitores.

O lingüista francês Patrick Charaudeau, ao discorrer sobre a natureza do espaço público, refere-se à natureza do “discurso circulante”. O discurso circulante é uma soma empírica de enunciados que visa definir o que são os seres, as ações, os acontecimentos, suas características, seus comportamentos, e os julgamentos a eles ligados (CHARAUDIEU, 2006:118). Segundo o lingüista, pode-se atribuir ao discurso circulante pelo menos três funções: uma função de instituição de *poder/contrapoder*; a função de *regulação do cotidiano social*; e, por último, a função de *dramatização*. Esta última pode muito bem ser relacionada à nota selecionada, da coluna Painel. Não esqueçamos que, à época, grande parte da imprensa fez questão de se referir à amante do senador (ou, na definição de Renan, “gestante”), a jornalista Mônica Veloso - com quem teve uma filha e que teria sua pensão paga por um lobista, uma das protagonistas do escândalo político que resultaria no processo de cassação do senador - apelando para efeitos melodramáticos como “a outra”, “a esposa traída” etc. A função de dramatização, presente no discurso da

colunista ao sugerir com efeitos textuais um clima de suspense a definir a cena política da absolvição do senador...

(...) é assegurada por discursos que relatam os problemas da vida dos homens, e a maneira pela qual esses, em confronto com as forças do visível e do invisível, levam sua vida, por intermédio de imaginários, num combate sem tréguas entre as forças de seu próprio desejo e as forças do destino que se impõem como fatalidade. Trata-se aqui das histórias, dos relatos ficcionais, mitos e outros discursos que registram o destino humano (CHARAUDEAU, idem).

Após a “punhalada” da última nota, um “tiroteio”. No caso, um tiroteio também metafórico, como na seção de mesmo nome da coluna Painel. Ali, o colunista sempre destaca versões antagônicas de um mesmo fato – uma crítica a um projeto do governo, por exemplo, pode vir em destaque com, a) a frase do adversário da oposição, e b) a resposta do político da situação. Ou apenas um diagnóstico sobre determinado fato político. No caso abaixo, a colunista decidiu destacar uma frase de um deputado sobre o resultado político da absolvição do presidente do senado. O nome do deputado em maiúsculas foi escolha da colunista.

Renata Lo Prete – Painel, 13/09/2007:

**Tiroteio**

"O PT tinha a proposta de acabar com o Senado, mas os próprios senadores resolveram nos tomar essa bandeira".

Do deputado federal FERNANDO FERRO (PT-PE), sobre a absolvição de Renan Calheiros por seus pares.

\*\*\*

Vimos, nos dois tópicos anteriores, alguns procedimentos que norteiam a construção de uma típica coluna de notas da grande imprensa brasileira. As primeiras impressões que ficam são de que estes espaços constituem hoje um território ambíguo, heterogêneo e livre, espaços valiosos em que o colunista, assessorado por sua equipe e valendo-se de uma gama de fontes valiosas, utiliza as mais diversas estratégias discursivas

para conquistar o leitor e fazer fluir o jogo de interesses ali publicado, que é a coluna em sua forma final. Se o mero conceito de notícias desafia a verdade para funcionar como “a melhor versão do fato”, as colunas de notas brasileiras tornaram-se hoje espaços originais de interpretação de uma certa realidade brasileira, que estabelece um contrato de leitura com milhões de leitores.

Hoje, o leitor dos jornais não se contenta apenas com as notícias. Ele está em busca de um olhar diferenciado, que o ajude a construir uma opinião em meio à avassaladora chegada de informações que lhe chegam de todas as mídias. Numa era marcada pela velocidade, as colunas de notas brasileiras são a fórmula mais sintomática de uma mídia impressa que insiste em sobreviver. Quando comparamos as notas das colunas com as notícias em tempo real das novas tecnologias, é salutar saber que, no Brasil, um gênero jornalístico típico de um produto tido por muitos como ultrapassado – o jornal impresso -, continua sendo, como no antigo *slogan* do Repórter Esso, “o primeiro a dar as últimas”.



## **Terceira Parte**

**Estudos de caso:**

**Análise do discurso das principais colunas do Rio de  
Janeiro, São Paulo e Brasília.**

## Capítulo 7

### **A sedução no colunismo: Uma análise comparativa das colunas de Ancelmo Gois e Ricardo Boechat**

*Podemos perceber, imbricados aos componentes "sedutores" e de entretenimento (rapidez, diversidade, ironia, frases espirituosas, fofoca, ênfase no pequeno fato tipo fait-divers) diversos ângulos outros, ao contrário, estimuladores de uma perspectiva analítica, como intermediação útil entre a esfera política (do poder) e os espaços de inserção do leitor privado.*

*José Luiz Braga*

Passamos na terceira parte desta tese a analisar o discurso de algumas das principais colunas de notas da grande imprensa brasileira. Como vimos nos capítulos anteriores, o gênero colunas de notas – que largaram o teor “social” para abraçar uma maior variedade de assuntos, em notícias que mesclam política, economia, notas factuais e comentários, com atenção especial para a política – são hoje espaços nobres dentro da imprensa nacional. Neste capítulo, foram acompanhadas as colunas *Ancelmo Góis*, do jornal *O Globo*, e *Boechat*<sup>1</sup>, do *Jornal do Brasil*. Procurei, nesta análise comparativa, decifrar algumas

---

<sup>1</sup> A análise foi feita quando o jornalista Ricardo Boechat ainda assinava uma coluna diária no *Jornal do Brasil*. Em 2006, o jornalista transferiu-se para o jornal *O Dia*, onde ficou até 2008. Desde setembro deste ano, Boechat escreve uma coluna de notas semanal para a revista *Isto É*. Esta última coluna também será analisada aqui.

características relativas às duas colunas, suas diferenças e traços em comuns, e me detive na análise específica de um dia em particular.

Tomando emprestado as análises de teóricos da semiologia como Foucault, Verón, Fairclough, o trabalho visa “desmontar” a construção das colunas, a fim de operar uma análise de enunciação dos textos ali inseridos. Como afirma Milton José Pinto em sua análise dos discursos de opinião nos editoriais de jornais cariocas (1995), o processo de comunicação não é totalmente consciente, nem totalmente inconsciente. Quem escreve – o enunciador – vale-se de uma retórica não só para convencer, mas também seduzir o leitor. Todo discurso desenha um campo de efeitos de sentidos e não só um efeito. Isto quer dizer que o enunciado é entendido de diferentes formas por diferentes receptores. Nos discursos estudados por pesquisadores, o informativo (onde se encaixam as colunas de notas) exerce uma posição central. Assim como os discursos demonstrativo, didático e propagandista, o discurso informativo confere ao sujeito que procura seduzir, persuadir, demonstrar ou explicar uma posição forte de autoridade, pois em todos os casos é detentor de um saber que o outro não possui (CHARAUDEAU, 2006:63). A análise de certas colunas informativas da imprensa brasileira deixa claro como alguns artifícios “sedutores” são empregados pelos colunistas.

A sedução está não só no discurso, mas também na forma de como ele é levado ao leitor. Acreditamos que uma análise do sujeito da enunciação e o estudo das operações formais de ordem lingüística não devem deixar de fora aspectos como ilustrações, fotos, tipologia, diagramação e outros artifícios gráficos que constituem o todo de uma coluna jornalística, contribuindo para fortalecer o discurso hegemônico de seus jornais, e que na maioria das vezes não são percebidos também pelos próprios jornalistas. Neste sentido, as técnicas de redação jornalísticas, como o lide, sublide e a pirâmide invertida deixam de ser percebidas como motivadas socialmente e são assimilados em escolas de jornalismo como algo generalizado e obrigatório da profissão, sem que seja dada a devida atenção à carga ideológica ali contida (PINTO, 1995:65). As colunas jornalísticas de notas, com toda sua produção de sentidos, são uma fonte motivadora para quem se dedica a estudá-las e “desconstruí-las”.

Antes de entrarmos na análise de discurso específica, cabe novamente ressaltarmos, como vimos no capítulo anterior, uma característica importante do jornalismo de colunas: o

colunista trabalha com notícias exclusivas e antecipadas. Ele quer ser sempre o primeiro a dar a notícia. Por isso é que as colunas de *Boechat* e *Ancelmo Góis*, mesmo tratando de modalidades enunciativas parecidas e buscando o mesmo leitor, dificilmente reproduzem notas com o mesmo fato. Existe uma regra, segundo a qual uma nota saía numa coluna não “fura” uma matéria programada para o dia seguinte, numa outra parte do jornal; porém o inverso é péssimo para o colunista e constrangedor para o divulgador/assessor de imprensa que lhe passou a notícia, com conseqüências trágicas para o autor da “gafe”. Do mesmo modo, um titular de coluna pode amaldiçoar o divulgador ou assessor de imprensa que lhe passou uma “exclusiva” que contém uma reportagem sobre o mesmo assunto no mesmo jornal e no mesmo dia.

### **Mudanças na forma**

A designação do gênero coluna vem da divisão da página do jornal em blocos de textos de uma determinada largura, o que norteava sua diagramação básica. Esses blocos de texto são denominados colunas e são medidos em sua largura, não por centímetros, mas por pontos ou paicas (medida tipográfica que no jargão jornalístico corresponde a 12 pontos do sistema anglo-americano, algo aproximado a 4,218mm).

Uma coluna se define por uma seção especializada de jornal ou revista publicada com regularidade e geralmente assinada, redigida em estilo mais livre e pessoal do que o noticiário comum. As colunas se localizam na mesma posição dentro do jornal, sempre na mesma página, o que facilita sua localização pelos leitores habituais.

Há colunas dos mais variados tipos e finalidades, de acordo com a vontade de seus titulares ou respectivas editorias. Uma editoria de política contém seus colunistas que tratam de política; na área cultural, colunistas que tratarão de artes e espetáculos; nos esportes, há aqueles que podem tratar de diferentes modalidades esportivas, como o futebol, vôlei ou o automobilismo, e assim por diante. Podem tratar de um único tema, traduzindo a opinião de quem as assina (por exemplo, um cronista, ou um especialista em determinado assunto) ou podem ser compostas de pequenas notas que abraçam vários assuntos, como as aqui analisadas.

Os jornais antigos dividiam a largura de suas páginas em oito colunas e obedeciam rigorosamente a esta divisão, o que tornava a leitura por vezes bastante maçante, sem espaços em branco ou uma diagramação mais “limpa”. Quando alguém ganhava um espaço para escrever em jornais, recebia um determinado número de colunas, fato que originou a nomenclatura de todo um gênero.

Com o tempo, os novos diagramadores passaram a contestar a bitola tradicional, abandonando o esquema rígido das colunas em prol de um visual mais atraente para o leitor. Os periódicos passaram a se preocupar com o projeto gráfico de suas páginas, dando atenção especial à primeira página, na qual a filosofia seguida foi a de dar uma maior hierarquia às notícias mais importantes. Pode-se ter um ótimo exemplo das mudanças na diagramação ao visualizar a primeira página de um número de *O Globo* da década de 1950 e outra de hoje em dia: o contraste salta aos olhos.

Hoje os jornais reformularam suas diagramações, adotando a divisão das páginas em seis colunas, transferindo também essa medida para a publicidade. Mas nada é muito rígido. Outros cadernos de outras editorias podem obedecer a padrões gráficos diferentes, variando também entre os jornais. A cada dia é maior a preocupação em ousar com um projeto gráfico visualmente elegante e atrativo.

As colunas *Boechat* e *Ancelmo Gois* são exemplos que se beneficiaram das inovações gráficas das últimas décadas. O visual de ambas é “limpo” e agradável de se ler. A coluna de Ricardo Boechat sofreu algumas alterações quanto à localização no jornal. Quando de sua transferência de *O Globo* para o *Jornal do Brasil*, a coluna começou a ocupar o caderno Cidade, dedicado às notícias do Rio de Janeiro. Depois migrou para a penúltima página do primeiro caderno do JB, após um período nas editorias de política (O País) e Internacional (época em que foi realizado este trabalho). Hoje a coluna se localiza ainda no primeiro caderno, mas numa parte mais nobre (editoria O País) do JB, na página 6, duas após o tradicional Informe JB. Estas constantes mudanças na localização refletem as mudanças editoriais do JB, mas também sugerem uma maior importância dada à coluna pelos editores do jornal. Seu formato é vertical e abrange grande parte da mancha gráfica – mais da metade uma página inteira. A coluna do jornalista Anselmo Gois está no formato

horizontal e diferencia-se de *Boechat*<sup>2</sup> por dois detalhes: localiza-se na editoria de cidade, chamada Rio, e abraça duas meias páginas, a maior parte à esquerda (par); a página da direita sendo reservada para fotos legendadas e um pequeno comentário num box, características que serão melhor detalhadas adiante.

Ambas reservam *boxes* (também chamados quadros) delimitados por fios no projeto gráfico, com um texto a que se pretende dar maior importância e com um tipo ou corpo diferente do restante da coluna. Em *Boechat*, o quadro vem sempre com uma notícia referente a alguma personalidade (no sentido de pessoa pública e famosa, conhecida dos leitores), com uma ilustração (caricatura ou foto) desta ao lado. Em *Ancelmo Gois*, temos uma foto legendada com algum fato inusitado, geralmente com relação ao Rio de Janeiro. As diferentes abordagens e modalidades entre as duas colunas – realizadas entre os dias 1 a 15 de dezembro de 2003 – estão detalhadas a seguir. Acrescentamos à revisão da análise das colunas (em 2008) alguns dados colhidos nestes cinco anos, como a análise da coluna atual de Ricardo Boechat na revista semanal *Isto É*, e a interatividade dos leitores de *Góis*, que nesse período estreou sua coluna na internet, bem como algumas entrevistas dos colunistas realizadas até então.

### **Coluna de Ricardo Boechat**

Hoje em dia nenhum colunista que trabalha com informações variadas pode prescindir de colaboradores. São eles que ajudam o titular da coluna na apuração das notas exclusivas, batalham no dia-a-dia a difícil tarefa de sedução da fonte (ou seja, convencer quem está repassando a notícia que ela deve sair no espaço do colunista titular, e não em outra), e não deixam o trabalho parado quando o colunista eventualmente sai da redação para um encontro com determinada fonte mais importante, além de saberem nos mínimos detalhes como emular o estilo do colunista titular. Na época em que foi analisada a coluna, o jornalista Ricardo Boechat era o titular da coluna com a ajuda dos jornalistas Ronaldo Herdy e Telma Alvarenga. Os nomes destes últimos, ao contrário do titular, que aparece no alto da coluna ao lado de sua foto, numa tipografia estilizada e de corpo bem maior que o

---

<sup>2</sup> Atualmente (2008), a colunista Anna Ramalho – supracitada algumas vezes neste trabalho - é quem ocupa o espaço privilegiado de colunista informativa do JB. Sua coluna encontra-se na Editoria Cidade.

resto das notas, apareciam ao final da coluna, à direita e abaixo de um fio (traço gráfico) semelhante a uma nota de rodapé de alguns livros. À esquerda do fio e também abaixo, temos o e-mail da coluna. O estilo é direcionado para que se tenha a impressão de ser toda ela escrita por uma única pessoa.

Consideremos a página inteira do jornal, no dia 9 de dezembro de 2003. O pouco espaço que sobra no espaço além da coluna é reservado para publicidades, o resultado de loterias e notícias (deixei propositadamente para o final da frase o termo “notícias” por que esta é muitas vezes negligenciada pelos anúncios publicitários de ocasião; não esqueçamos que a página da coluna é um espaço nobre do jornal, por isso a intenção de anunciantes para anunciarem seus produtos ali). A publicidade geralmente fica no canto superior esquerdo ou na diagonal oposta, no canto inferior direito.

À esquerda da coluna, uma notícia, geralmente internacional e considerada relevante pelos editores. Às vezes, abaixo desta há outra notícia, de Brasil ou Cidade, no estilo dos antigos *fait-divers*. Neste mesmo dia, temos um exemplo: no alto, à esquerda, uma publicidade de banco. Logo abaixo, uma matéria sobre um simpósio em Nova York que homenageava o diplomata brasileiro morto no Iraque, Sérgio Vieira de Melo. Abaixo, no canto inferior esquerdo, outra matéria, de menor impacto, que parece ter entrado por seu caráter inusitado: “Bandido furta carro dentro de delegacia”. A seu lado, o resultado das loterias (Lotomania, Quina, Mega Sena e Dupla Sena), e no canto inferior direito, mais publicidades e um pequeno *box* pago, à semelhança daqueles dos cadernos classificados, com o aviso das saudades de um professor já falecido, como na página do obituário. É importante ressaltar que, em todos os dias analisados, nenhuma notícia de fora da coluna ou mesmo na primeira página coincidia com alguma de dentro desta, pelos motivos já mencionados anteriormente.

Passemos agora para a análise da coluna *Boechat*. Ainda no dia 9 de dezembro temos três fotos no alto da coluna. Na maior, à esquerda, há a imagem de uma bela mulher, sem identificação de profissão, apenas com a legenda de que ela se divertia no encerramento do evento Pão Music, em Copacabana. Ao lado, duas fotos, uma acima da outra, também legendadas: a de cima, com o autor de novelas Manoel Carlos e sua filha, atriz de suas novelas, “em concorrida pré-estréia, no Downtown”, e logo abaixo, na terceira foto, a apresentadora de TV Babi com sua mãe e o irmão, talvez também presentes na

“concorrida pré-estréia”. É importante notar que estas três fotos são uma padronização da coluna e se repetem todos os dias: à esquerda, sempre uma bela mulher (para atrair o público masculino), modelo, atriz ou pretendente a; à direita, personagens do *society*, celebridades e outras não tão famosas personalidades em fotos de inaugurações, noites de autógrafos, festas e outros eventos (uma influência clara do colunismo social).

Ao lado das fotos, à esquerda e abaixo destas, a coluna *Boechat* se divide em cinco agrupamentos de notas curtas, com o título em negrito e obedecendo o mesmo corpo. Um pouco abaixo das fotos, entre o centro e o lado direito da coluna, há um *box* com uma notícia em destaque. Esta notícia também é padrão: abrange sempre uma personalidade conhecida e seus projetos em questão. Essa personalidade merece também uma caricatura de si, ao lado da notinha (às vezes, uma pequena foto). Neste dia, a nota era sobre o reencontro musical dos artistas Wagner Tiso e Milton Nascimento, que depois de 15 anos, voltavam a compor juntos. Ao lado, uma charge de Wagner Tiso.

Abaixo do boxe há uma pequena seção, também separada por fios, chamada *Lance Livre*. Funciona como um espaço para com notas sobre pequenos registros: uma festa, o lançamento de um livro ou CD, um show de sucesso em cartaz. Estas notas não recebem título.

Outra característica da coluna é que as os períodos no texto das notas não contém mais de uma frase. Aqui, as técnicas jornalísticas parecem se preocupar com o leitor apressado e fiel, que às vezes só tem tempo para ler em todo o jornal justamente seu colunista preferido. Por isso, períodos curtos para uma leitura mais rápida. Um exemplo está na nota de título “Fantasmas?” (assim mesmo, com ponto de interrogação), composto de quatro pequenas frases.

Boechat – 09/12/2003:

**Fantasmas?**

O Conselho Regional de Economia pediu às secretarias de Estado, no Rio, a lista de economistas nelas lotados, para atualizar o cadastro.

O resultado surpreendeu.

Vários contratados não têm registro profissional.

Há casos na Codim, Emater, Funderj e Feema.



Uma leitura mais atenta na coluna permite encontrar, entre notas mundanas, fatos inusitados e o dia a dia de famosos, fatos que seriam tema de reportagens com repercussão nacional nos dias seguintes, como a nota “Família em crise”, onde pela primeira vez era notificado que uma lista de intelectuais petistas pretendiam sair do PT “fazendo barulho”, caso a expulsão da senadora Heloisa Helena se concretizasse. A coluna *Boechat*, assim como outras da grande imprensa, são mananciais de futuras reportagens que serão manchetes nos próximos dias. Ou, como define o jornalista, “trata-se de uma coluna de variedades, que procura evitar a setorização do noticiário, diversificando ao máximo possível as áreas de cobertura e procurando informações exclusivas e em primeira mão” Para o colunista, sua coluna não se enquadra no perfil de colunismo social, mas sim de colunismo de informação. “A coluna é “90% do fato e 10% de interpretação do fato”, de forma que a interpretação fique a cargo do leitor: “Prefiro a informação factual” (Boechat, apud CAVALIERE, apud FONTOURA, 2006)

Selecionamos abaixo um trecho de uma entrevista concedida pelo colunista quando era titular da Coluna de Swann, ainda no jornal *O Globo*, onde ele dá sua opinião sobre esta característica.

- *Você tem consciência de que suas notas pautam o Brasil?*
- *Essa é uma característica das colunas no Brasil. Pode-se admitir que a minha faça isso com mais frequência. Tenho uma equipe talvez mais equilibrada, num jornal grande, a televisão dá mais visibilidade, enfim...(...).*
- *Sua opinião sobre o jornalismo praticado hoje, de maneira geral, não parece ser das mais elogiosas...*
- *O jornalismo brasileiro é repetitivo, oficialista, depende assombrosamente do mundo institucional. Alimenta-se daquele Triângulo da Bermudas formado pela Câmara, Senado e Planalto numa intensidade que talvez não interesse ao Brasil verdadeiro, à sociedade, ao cidadão comum. E todos os jornais fazem igual, o que talvez explique este fenômeno das colunas brasileiras serem tão mais lidas e pautarem tão mais do que no resto do mundo<sup>3</sup>.*

A busca por um tom menos “oficialista” no colunismo informativo é marcado pelo estilo mais livre, que permite uma maior “independência” ante às normas editoriais do

---

<sup>3</sup> Entrevista de Ricardo Boechat ao jornalista Vitor Sznejder, no livro *Jornalistas* (ver bibliografia).

veículo em que a coluna está situada. A linguagem aqui é informal e mesmo os títulos, bem sintéticos, como “Cascatinha”, “Cliente bravo”, “Paixão nacional”, apelam para o lado ameno e irônico dos fatos. Os títulos também procuram fazer um pequeno comentário, jocoso ou não, sobre o conteúdo do texto, como nos títulos já citados “Fantasmas?” e “Família em crise”.

Não devemos esquecer que em toda retórica está presente também o poder de sedução. O público é seduzido ou não pelo estilo narrativo do enunciador. Tem-se aqui novamente a busca do “contrato de leitura”, um modo de discurso que tem uma identidade reconhecida de modo mais ou menos equivalente por produtores e consumidores, e que supõe certas convenções (SUNKEL, 2002). As revistas ou jornais que não obtêm sucesso junto ao público não sobrevivem, pois não tiveram êxito ao formularem seus contratos de leitura. O sucesso ou o fracasso de determinado órgão de imprensa não passa pelo que é dito (conteúdo), mas pelas modalidades de dizer o conteúdo.

\*\*\*

Em setembro de 2008, o jornalista Ricardo Boechat transferiu-se para a revista semanal *Isto É*, onde assina desde então a coluna *Semana*. Nestes cinco anos que separam a análise de sua coluna de notas no *Jornal do Brasil* e a estréia na revista *Isto É*, o jornalista atuou em várias funções. Em 2003, além de assinar a coluna na mídia impressa, o Boechat estreou como âncora na recém criada rádio Band News FM. O jornalista, em 2005, deixou a coluna diária no JB para assumir a função de âncora do *Jornal da Band*, na Rede Bandeirantes de Televisão. Mesmo assim, após algum tempo o jornalista voltou a atuar na mídia impressa, assumindo uma coluna semanal no jornal carioca *O Dia*. O trabalho nas três frentes fez com muitos colegas jornalistas o rotulassem de “multimídia”, ou *workaholic*, termo, aliás, que ele rejeita: “Eu não sou propriamente um *workaholic*, eu apenas sei que, se eu trabalhar menos, não consigo notícias. Não é um problema de gosto”<sup>4</sup>.

Após trabalhar em jornal, rádio e televisão, faltava a revista informativa semanal. Na *Isto É*, Boechat escreve uma coluna também de notas curtas, como sempre fez desde que, ainda jovem, começou a trabalhar como assessor de Ibrahim Sued. A diferença básica, no entanto, é o enfoque dado às notícias. Se em *O Globo*, *O Dia* e no *Jornal do Brasil*,

---

<sup>4</sup> Entrevista a Vitor Szejder, 2000.

jornais cariocas, as notícias sobre a cidade assumiam grande importância na seleção das notas a serem publicadas, agora a apuração é motivada pelos assuntos *nacionais*, que tenham relevância para o leitor situado nas cinco regiões do Brasil. Como explica Ancelmo Góis, colunista que já assinou a coluna Radar, na revista *Veja*, ao ressaltar as prioridades de pauta de cada coluna:

Nos anos 80, época áurea do JB, o jornal mais influente do Brasil naqueles tempos, assumi o *Informe JB* - espaço da política pura, pesada. Seis anos de experiência. Depois me transferi para a *Veja*, para escrever o *Radar*: coluna de assuntos variados, a nível nacional. Em *O Globo*, escrevo uma coluna “bairrista”, que dá prioridade a assuntos amenos e que tenham a ver com a cidade. Eu, por exemplo, não posso falar do carro estacionado ilegalmente, como faço no *Globo*, na coluna *Radar*. Há pesos e medidas diferentes<sup>5</sup>.

A coluna *Semana*, em *Isto É*, é composta de 15 notas, no mesmo estilo ferino e informal das colunas anteriores de Boechat nos jornais diários. Cada nota é precedida por um tema – escrito em maiúsculas - que permite ao leitor identificar qual o assunto o colunista irá escrever. Deste modo, a notícia de título “Boas notas”, sobre o financiamento do BNDES à produção de CDs para músicos independentes, é precedida pela indicação “Música”. No dia 5 de novembro de 2008, a coluna ostentava os seguintes temas em suas 15 notas: Câmara, Arte, Música, Rio, Preços, Varig, Senado, Judiciário, Trânsito, Balança Comercial, Economia, Esporte, Penitenciária, PF [Polícia Federal] e Automobilismo. A leitura destes temas permite identificar os três eixos básicos que “sustentam” a coluna: política, economia e variedades. Vejamos, então, a distribuição dos temas desta semana:

- Política: Câmara, Senado, Judiciário, Rio;
- Economia: Preços, Balança Comercial, Economia;
- Variedades: Arte, Música, Varig, Trânsito, Esporte, Automobilismo, Penitenciária, Polícia Federal.

Vamos atentar agora para uma nota em separado. O estilo é ao mesmo tempo informal, direto e cortante.

---

<sup>5</sup> Ancelmo Góis, entrevista ao autor.

Boechat – Semana, 05/11/08:

## **ARTE**

### **Pintou sujeira**

A Secretaria Estadual de Fazenda baixou decreto cobrando ICMS sobre obras de arte que passem mais de 60 dias em exposições no Exterior. Como nenhuma mostra séria demora menos que isso, a cobrança é golpista. Suas primeiras vítimas foram donos de quadros da artista plástica Rosângela Rennó, enviados no primeiro semestre ao Museu de Arte Contemporânea do Canadá. Repatriado na semana passada, o acervo está preso, desde então, na alfândega.

O estilo do colunista é demonstrado pelo título irônico, que de antemão faz alusão à pintura (“Pintou sujeira”). Depois passamos para a informação objetiva, devidamente apurada: “A Secretaria Estadual de Fazenda baixou decreto cobrando ICMS sobre obras de arte que passem mais de 60 dias em exposições no Exterior”. Logo após, um comentário do colunista: “Como nenhuma mostra séria demora menos que isso, a cobrança é golpista”. Para completar, algumas palavras e sentenças cuidadosamente empregadas, que realçam os efeitos textuais – “primeiras vítimas”, “repatriado”, “o acervo está preso”. Será a combinação da notícia objetiva, a opinião do colunista e os efeitos textuais ali empregados que conduzirão a leitura do discurso empregado pelo colunista. Uma intenção que não é outra a não ser compactuar com o que a coluna noticiou.

Outro tema, outra nota. Abaixo, uma nota política, à respeito das eleições de 2008 para a prefeitura do Rio de Janeiro. A nota escolhida é muito comum nas colunas mais políticas - uma típica manobra de bastidores passada por uma fonte ao colunista, que a lança para testar a repercussão.

Boechat – Semana, 05/11/08:

## **RIO**

### **Vai, não vai**

Nos últimos dias, o senador Marcelo Crivella revelou a aliados que assumirá a Secretaria de Urbanismo no Rio de Janeiro, com a posse de Eduardo Paes. Quem consultou o futuro prefeito, entretanto, ouviu-o reagir até com certa irritação à hipótese. Um dos dois está enrolando a platéia.

Como em grande parte das notas políticas, as fontes não são explicitadas. O colunista limita-se a escrever, primeiro, que o senador “revelou a aliados” (1º fonte) sua intenção de assumir um alto cargo na prefeitura do Rio de Janeiro. Depois, escreve, “quem consultou o prefeito, ouviu-o reagir...” (2º fonte). É possível que alguém ligado ao senador (ou o próprio) tenha passado a mensagem ao colunista – apenas para checar a reação do futuro prefeito<sup>6</sup>. Após apurar duas fontes antagônicas em *off*, o colunista conclui: “Um dos dois está enrolando a platéia”.

A análise de *Semana*, em *Isto É*, deixa claro que as características básicas do colunismo informativo estão ali. Em 15 notas, o colunista antecipa dados, comenta alguns assuntos que virão à tona nos próximos dias e ainda encontra tempo para deixar no ar algumas manobras e de bastidores ainda não devidamente levadas ao público.

### **Coluna de Ancelmo Gois**

A coluna do jornalista Ancelmo Gois é assinada pelo titular – em destaque na página da esquerda, com a colaboração mais os jornalistas Ana Cláudia Guimarães, Márcia Vieira e Marceu Vieira<sup>3</sup>. Os nomes dos jornalistas, seguindo o padrão da coluna *Boechat*, vem no fundo da coluna, separada por um fio gráfico e com o e-mail logo abaixo.

Como já destacado, a coluna se apresenta na horizontal, diferenciando-se de *Boechat* também no lugar em que sempre fica: *Boechat* na editoria Internacional, Gois na editoria Rio. Abaixo da coluna, na folha ímpar, há diariamente a coluna do cartunista Miguel Paiva, com desenhos sobre o personagem “Gatão de meia idade”. Paiva não está ali por acaso: seus editores pressupõem que sua coluna pegue carona na de Ancelmo Góis, lida por adultos jovens e outros...de “meia idade”. O espaço que sobra entre as páginas par e ímpar de *O Globo* são ocupadas por publicidades variadas e pequenas reportagens de cidade (dependendo do dia). No dia 10 de dezembro de 2003, uma quarta-feira, havia um grande número de anúncios publicitários – como é um dos espaços mais lidos do jornal,

---

<sup>6</sup> A intenção não é inverossímil, visto que a nota saiu publicada na mesma semana em que Eduardo Paes indicou a deputada Jandira Feghali (assim como Crivella, candidata derrotada por Paes no 1º turno das eleições e que depois o apoiou no 2º turno, contra o candidato Fernando Gabeira) para a Secretaria de Cultura da cidade.

<sup>3</sup> Em 2008, os colaboradores da coluna eram: Ana Cláudia Guimarães, Marceu Vieira, Aydano André Motta e Bernardo de La Peña

anunciantes buscam sempre a mesma página da coluna para a propaganda de seus produtos -, uma pequena reportagem sobre uma troca de tiros entre policiais e bandidos em Copacabana – “Bandidos atiram em PMs em Copacabana” e dois boxes de notas curtas também sobre cidade. O primeiro, na página par, logo abaixo da coluna de Ancelmo Gois e ao lado da coluna de Miguel Paiva; e o segundo, na página ímpar, na parte superior direita. Neste dia em particular, todas as notas dos dois boxes traziam títulos que tratavam da violência urbana.

O colunista dá detalhes do funcionamento de sua coluna: o espaço recebe por dia cerca de 1000 e-mails, o que faz, com que “muita coisa - 70 a 80% - vá para o lixo”. Qual o critério para a seleção das notícias? “A coluna é dividida de acordo com o espaço do jornal. Em média, 30% das notas são de política, 20% de economia e, o restante, sobre a cidade”. Ele conclui: “É uma coluna de variedades”<sup>4</sup>.

Ambos (*Boechat* e *Gois*) apresentam uma estrutura retórica comum. À semelhança de *Boechat*, há quase sempre um título irônico ou sarcástico que “comenta” as notinhas escolhidas, com um estilo próximo àquele empregado pelo colunista do JB: não há parágrafos de dois ou mais períodos, as notas são criadas com apenas duas ou três frases, às vezes somente uma. Como em *Boechat*, novamente, há um espaço de registros, escrito em corpo menor, intitulado aqui como *Zona Franca*.

*Zona Franca*, em *Góis*, e *Lance Livre*, em *Boechat*, são os espaços “de troca” da coluna. Qualquer colunista sabe que as fontes não passam notícias “de graça”: por isso, aquelas fontes que passam uma nota, no entender do colunista, relevante, ganham um crédito nos registros. *Góis* ressalta que muitos a saírem na *Zona Franca* são clientes de assessorias de imprensa. “O assessor liga e pede pra divulgar uma nota, dizendo ‘me

---

<sup>4</sup> Entrevista ao suplemento Magazine, do jornal *O Globo*, setembro de 2006. Em 2009, Ancelmo também possuía uma coluna na internet, chamada “Ancelmo.com – a turma da coluna”. Não só o colunista do *Globo* mas também Anna Ramalho e Fernando Molica ressaltaram a dificuldade de continuar com os furos na versão impressa do jornal frente à concorrência do meio *online*. Anna e Molica admitem que, quando sabem que a notícia conseguida pela manhã não conseguirá manter-se exclusiva até o dia seguinte, muitas vezes as mandam para a versão *online* do JB ou de *O Dia*. Perdem a exclusividade na versão impressa, mas mantêm o furo na rede. “A prioridade ainda é o jornal, mas hoje é mais difícil segurar o furo. Veja esse caso: outro dia tinha conseguido uma nota muito boa ao meio-dia, que poderia ter lançado na internet, mas preferi aguardar para publicá-la no jornal. Resultado: às cinco da tarde um concorrente me furou e publicou a nota que eu tinha na internet”, diz *Góis* (entrevista ao autor, outubro de 2007).

*ajuda*’; eu respondo, ‘*me ajuda que eu te ajudo*’. Boechat completa, “É um toma lá, da cá”<sup>5</sup>.

Cabe aqui um parágrafo sobre uma das principais críticas às colunas de notas: a de que estas constituiriam um “balcão de classificados”, onde o colunista, longe de apurar com precisão as notícias, faria uma espécie de “leilão” a quem oferecesse “pagar mais” para ter uma nota na coluna. Uma das jornalistas remanescentes do colunismo social mais tradicional, Hildegard Angel, pondera que existe no meio jornalístico “uma arrogância intelectual e uma inveja ancestral” contra os mais bem sucedidos. Segundo ela, “nas redações de jornais sempre houve o mito de que colunista social detinha privilégios, se aproveitava das mordomias, era desonesto. De fato, numa época havia colunistas com esse perfil, que achacaram pessoas e que se fizeram dessa forma”. Perguntada sobre quais seriam estes colunistas, a colunista preferiu não dar nomes: “Já morreram. E os que morreram ainda não sabem<sup>6</sup>” (risos). Segundo Gois, até os anos 1960, 70, havia o caso de revistas como *O Cruzeiro* e também jornais nos quais não eram raras as matérias pagas, invenções de toda ordem etc.

Do ponto de vista da democratização da informação, o Brasil ainda está atrasado, mas acredito que a busca pela notícia melhorou bastante. Volto a falar da troca: eu sei que há sempre interesses em volta. Tento ver o que é de interesse público. Há o caso de notícias contraditórias, passadas pelos leitores. Por exemplo: às vezes, dois leitores passam a mesma nota, mas com versões diferentes. Por isso a checagem de informações é essencial. Veja o caso do nome da coluna Radar, da *Veja* [da qual Ancelmo foi titular antes de migrar para *O Globo*]. O radar é um equipamento que enxerga longe, mas muitas vezes enxerga um navio que não é um navio. Ou seja, a coluna pode ousar mais que o resto do jornal, mas não estamos imunes ao erro<sup>7</sup>.

Voltemos à análise da coluna. As notas em *Ancelmo Gois* são criadas pela “turma da coluna”, um dos vários bordões criados pelo jornalista e sua equipe. Ao contrário de

---

<sup>5</sup> Gois, entrevista ao autor (2007); e Boechat, entrevista ao site *Comunique-se* (2006). Obviamente, foi somente nos espaços destinados aos registros que os colunistas admitiram a existência de uma troca de interesses velada. Todos os colunistas entrevistados ou não para este trabalho (não só Gois e Boechat) negam com veemência a existência da informações pagas à coluna.

<sup>6</sup> Entrevista para o *Jornal do Brasil*, janeiro de 2008.

<sup>7</sup> “Da arte de catar notinhas”, palestra realizada por Ancelmo Góis na Biblioteca Nacional, outubro de 2007.

*Boechat*, que apela em menor escala aos bordões e outros lugares-comuns, a coluna *Ancelmo Gois* parece buscar em cada nota um recurso para incorporá-los. Podemos tomar como exemplo o dia 10 de dezembro quando, na página par, a coluna trazia dentro do *box* com fotos, uma nota recorrente para quem a acompanha quase todos os dias - a indignação contra estabelecimentos públicos que invadem calçadas, prejudicando a passagem de pedestres (os bordões estão grifados):

Ancelmo Góis – 10/12/2003:

Há quem ache a *turma da coluna* muito radical em sua militância no **MSC, o Movimento dos Sem-Calçada**. Mas é pouca gente, ainda bem. Esta dentada **na sua, na minha, na nossa** passagem não é nem para a entrada e saída de carros de uma garagem. É só para estacionar mesmo. **Francamente!**

Além destes quatro lugares-comuns, podemos encontrar outros, que se repetem rotineiramente, como “Na minha terra...”, “Meu Deus...”, “É, pode ser” etc. Ao abordarmos os lugares-comuns e bordões, lembramos daquelas imagens já desgastadas pelo uso, de tão repetidas. Há mesmo em manuais de redação jornalística da grande imprensa brasileira listas de expressões a serem evitadas pelo jornalista na elaboração do texto. Quando críticos elogiam um romance, muitas vezes observam que uma das qualidades do escritor foi “fugir dos clichês e outros lugares-comuns”. No entanto, assim como a fofoca ou o boato, há quem argumente a idéia de que, sem o lugar-comum, não há como se aparar os níveis da fala. Ou seja, é inútil propor sua eliminação da linguagem, como observa Cláudio Tognolli:

Quando falamos em lugares-comuns, logo nos vem à idéia a condição intrínseca de um nível de fala universalmente popular: vastas operações, enfim, de simplificação, ricas pelo folclore, pobres pela dessimbolização, triviais pelo uso e desgastadas pela repetição sistemática. Mas o lugar-comum há muito deixou de ser sinônimo de trivialidade, de prosaísmo. Ele habita e vem habitando as mais altas esferas do idioma. Passeia sem maiores problemas entre as conversas que vão dos botequins às claques de intelectuais. O chavão se reproduz em todos os grupos, níveis da fala, diferentes esferas sociais e categorias profissionais. Num jogo de linguagem, os chavões têm servido como autênticas peças, ao que alguns chamariam de a mais fina forma de reificação do pensamento, volta e meia sitiado por ofegantes tentativas de criatividade. Temos aqui, diga-se, um *terminus ad quem*: palavras-peça que dão respostas imediatas a cada jogo, a cada interação, sem que a palavra passe, necessariamente,



pelo processo do pensamento, isto é, a simbolização (TOGNOLLI, 2002).

Outra diferença de procedimentos entre as colunas está no uso das fotos e demais ilustrações. Como vimos na primeira parte desta tese, as antigas colunas sociais se beneficiaram bastante com o advento do fotojornalismo, que permitiu aos colunistas americanos publicarem, além de desenhos e cartuns, fotos das personalidades destacadas, geralmente em ambientes luxuosos. Essa tendência foi uma das marcas de sucesso das colunas sociais, pois os leitores corriam às colunas para conferir as fotos dos integrantes da *high-society* com seus *smokings*, artistas de cinema e seus vestidos assinados por grandes estilistas etc. Uma tendência que atravessou as décadas e encontra eco até hoje nas colunas de notas. Porém, também as fotos e ilustrações recebem hoje um tratamento diferenciado.

Em *Boechat*, como vimos, há uma padronização quase diária nas fotos – uma bela mulher, uma imagem de alguma celebridade participando de evento “social” e a nota com corpo e título igual às outras, apenas com o diferencial de se tratar sempre de uma personalidade e sua caricatura (ou foto, de vez em quando). Boechat não está preocupado com o que é publicado nas fotos, e geralmente as pessoas retratadas ali só estão na coluna porque são de alguma forma “midiáticas” ou belas – no caso das mulheres ou modelos que ilustram a coluna.

Em *Ancelmo Gois* a intenção é diversa. Obviamente o colunista não deixa de publicar fotos de celebridades na coluna, mas elas estão no canto direito da coluna. Na foto principal e maior, que fica no centro da coluna, logo abaixo do nome do colunista, Góis inovou. Ali, a coluna parece pretender denunciar iconograficamente tudo que para ela é errado na cidade do Rio de Janeiro (estamos na editoria Rio): placas da prefeitura com erros de português, carros oficiais flagrados em praias turísticas em dias de expediente, prédios tombados pelo patrimônio histórico e sem conservação, restaurantes que invadem o espaço público, entre outros. No texto referente à imagem, não há título. O espaço entrelinhas é levemente ampliado, servindo de legenda às imagens. Não há a divisão de frases em parágrafos.

Este procedimento, contudo, não ocorre todos os dias. Geralmente aos domingos há uma foto de mulher (atriz, modelo, cantora etc) sempre com o começo textual “A coluna de

hoje é de...”, acrescido do nome da celebridade feminina. Pode-se interpretar este passo como uma tentativa dos editores da coluna de deixá-la mais “leve” num dia como o domingo, em que as pessoas estão em casa descansando. Também temos notado, recentemente, a publicação de fotos, em alguns dias da semana, com belas árvores (durante a primavera foram publicados vários ipês-roxos) ou animais silvestres flagrados em bairros da zona sul carioca, como Gávea ou Jardim Botânico. Algumas destas fotos são registradas por leitores donos de câmeras digitais, que as enviam por e-mail à coluna.

Quando assumi a coluna, achei melhor mudar o critério das fotos escolhidas. Os escolhidos para ilustrar a coluna eram sempre os mesmos, alguns sem a menor importância como notícia. Uma vez, perguntei ao Boechat: “O que fez a Embaixatriz Paranaguá [integrante da alta sociedade] para aparecer só este ano 17 vezes em sua coluna?”. Ele respondeu, “Não sei, nem conheço essa mulher!”. Ou seja, ele não se preocupava com as fotos, apenas com a notícia, acima de tudo. Este era uma característica comum a muitos colunistas: publicar sempre fotos que os fotógrafos do jornal ou *free-lancers* ofereciam. Resolvi mudar isso. Publico fotos sobre desmandos de autoridades e agressões à cidade, além de outras que realcem a natureza do Rio de Janeiro. Amo esta cidade e posso dizer que a minha coluna é bairrista. A tecnologia também nos ajudou muito. Hoje há uma participação muito grande dos leitores que nos enviam fotos digitais. De cada 30 fotos que chegam por e-mail, 28 ou 29 vêm dos leitores. De vez em quando promovo a eleição da árvore mais bonita. Quando o tema é buganvília ou ipê roxo é uma loucura...(risos) (GOIS, entrevista ao autor).

Também entre os fios de um boxê, há sempre uma notinha na parte inferior direita da coluna, página ímpar. Ela pode se intitular, dependendo do dia, de *Curva de Gois* ou *Ponto Final* (o título vem em letras brancas sobre fundo preto). Não são notícias no sentido de trazer um fato novo ao leitor: são sempre comentários à respeito de um tema relevante discutido pela opinião pública. Há desenhos que ilustram o *box*, tradicional fim de leitura dos leitores da coluna: a *Curva de Gois* pode vir num dia com uma seta para cima, com um elogio; ou pra baixo, com uma crítica. No *Ponto Final*, há um juízo da coluna que se pretende definitivo sobre temas que tiveram repercussão entre os leitores.

Embora seja visível nas colunas a busca de um discurso sedutor para conquistar o leitor, notamos em *Ancelmo Gois* o apelo maior em favor do efeito pedagógico. Gois se indigna com os abusos de autoridade, e não se furta de informar as últimas gafes ou frases infelizes de políticos. Ambos buscam, além do supracitado contrato de leitura, “efeitos de

reconhecimento”, ou seja, a procura por uma cumplicidade cultural com o leitor. Estes efeitos de linguagem se manifestam ao tomar emprestado títulos de filmes ou músicas de sucesso para ilustrar notas (o título “Aquele abraço”, do dia 12 de dezembro, pegava carona no sucesso da música de Gilberto Gil para destacar a grande procura em hotéis no Rio de Janeiro para o *reveillon*). Em *Gois*, os títulos são também muito mais explícitos, no sentido de buscar a todo custo um comentário “popular” e irônico. O diálogo entre título e o texto em uma ou duas frases pode denotar uma aparente simplicidade, mas torna-se mais complexo quando o colunista mistura propositadamente o público e o privado. Assim, uma mulher que teria, segundo a coluna, “oferecido uma graninha” a funcionários de uma vistoria do Detran teve como título “Ô, madame!”; o embaixador brasileiro em Roma na época, Itamar Franco, chega ao Brasil para encontrar Lula: “Mamma mia!”; o compositor João Bosco anuncia que vai disponibilizar na internet toda sua obra para cópia em mp3: “Liberou geral”. Enfim, há nestas colunas uma maior liberdade para a utilização de comentários irônicos (muitas vezes sarcásticos, como em *Boechat*) e ainda adjetivações normalmente condenadas em textos definidos como jornalísticos, nos quais o padrão a ser seguido – fora do espaço das colunas – ainda é o da objetividade.

### **A autoridade disfarçada**

Uma leitura atenta e diária das colunas *Ancelmo Gois* e *Boechat* permite entrever o discurso ideológico ali contido. A procura por metáforas, metonímias, frases-de-efeito, bordões, trocadilhos, são elementos importantes ao estudo. Estas serão úteis para demonstrar as três funções do discurso ideológico, segundo Olivier Reboul: a função pedagógica, a função lexical e a função estética. Como vimos no tópico anterior, se em *Boechat* há a busca de um colunismo sofisticado, irônico e bem informado, que busca nas notas curtas a cumplicidade com o leitor, em *Ancelmo Gois* essa cumplicidade é levada ao extremo, chegando perto do populismo. O discurso da coluna revela aqui sua carga ideológica, onde se assiste a um forte investimento do sujeito enunciativo, que ocupa plenamente o lugar da enunciação (REBELO, 1992:77). *Gois* muitas vezes se arvora em “advogado da cidade”, defendendo o que para ele é certo e assumindo um tom claramente didático e por vezes autoritário, ainda que com rompantes de humor. O bordão “É. Pode

ser” (também usado com menos recorrência em *Boechat* e outras colunas como o *Informe JB*) é uma figura retórica que sempre significa o que *não* foi dito: na verdade, a “turma da coluna” está duvidando que o que a autoridade disse seja verdade. Os boxes *Ponto Final* ou *Curva de Gois*, que pretendem comentar fatos relevantes, só reforçam o caráter de paladino da ética e moralidade típico do discurso autoritário, mas que muitas vezes passa despercebido, disfarçado por um tom bem-humorado e “carioca” de noticiar e comentar os fatos.

O discurso autoritário pode ser confundido como “verdade” para o leitor desavisado, que não acompanha diariamente estas colunas, quando a informação curta não dá margem a contextualizações. Segundo Perseu Abramo, a inversão da opinião pela informação é um padrão de manipulação típico da grande imprensa. O juízo de valor é inescrupulosamente utilizado como se fosse um *juízo de realidade*, quando não como se fosse a própria mera exposição narrativa/descritiva da realidade (2003, grifos do autor). Entendemos que o colunista, ao usar com alguma frequência o bordão “está certo”, ou “está errado”, está vaticinando um juízo de valor.

Hoje, o fato é apresentado ao leitor arbitrariamente escolhido dentro da realidade, fragmentado no seu interior, com seus aspectos decorrentes selecionados e descontextualizados, reordenados invertidamente quanto a sua relevância, seu papel e seu significado, e, ainda mais, tendo suas partes reais substituídas por versões opiniáticas dessa mesma realidade (ABRAMO, 2003).

\*\*\*

Em sua aula inaugural da cadeira de semiologia literária do Colégio de France, em 1977, Roland Barthes discorreu sobre o discurso do poder: “Adivinhamos então que o poder está presente nos mais finos mecanismos do intercâmbio social: não somente no Estado, nas classes, nos grupos, mas ainda nas modas, nas opiniões correntes, nos espetáculos, nos jogos, nos esportes, nas informações, nas relações familiares e privadas, e até mesmo nos impulsos liberadores que tentam contestá-lo: chamo discurso de poder todo discurso que engendra o erro e, por conseguinte, a culpabilidade daquele que o recebe”

(BARTHES, p.11). Tanto em *Boechat* como em *Ancelmo Gois*, há um discurso de poder subliminar, em que o leitor é levado irresistivelmente – pelo alto grau de aparente informalidade ali presente – a identificar-se com o pensamento de seus autores, julgando próprias idéias que na verdade lhe foram passadas por outros. O discurso de poder presente nestas colunas é típico da era da publicidade: sabem conjugar com precisão informação e entretenimento, a fim de manter um leitor satisfeito e cativo.

## Capítulo 8

### **Colunas de notas e a lógica midiática do entretenimento: transformando rumores em notícia nas colunas de notas políticas**

*O fato é que os parâmetros de seleção, de organização e de apresentação da informação tendem a responder aos mesmos princípios que há algum tempo vêm sendo identificados como estruturadores da comunicação de massas: o entretenimento, como base de referência, a ruptura, a diversão e a dramaticidade como seus assuntos.*

*Wilson Gomes*

Em novembro de 2007, uma campanha publicitária do jornal *O Globo* trazia alguns colunistas do jornal como estrelas. Veiculada principalmente pela televisão, internet e jornais das Organizações Globo, os anúncios mostravam fotos de alguns dos colunistas do periódico – como Ancelmo Góis, Arthur Xexéo e Miriam Leitão – em lugares como restaurantes, teatros e interior de aviões, com o slogan, “Você pode dar a sorte de sentar ao lado do (nome do colunista). Ou pode assinar *O Globo*”. Não era a primeira campanha do jornal a usar colunistas: Nos anos anteriores, anúncios veiculados na televisão pela Rede Globo davam a chamada das principais notícias da edição do dia seguinte do periódico e, ao final, um colunista anunciava, “Leia amanhã - no Globo”.

Numa época em que o jornalismo impresso procura constantemente algum diferencial que a notabilize frente à concorrência com a internet e a TV, as colunas assinadas por jornalistas famosos tornaram-se cada vez mais essenciais para a comunicação com o leitor. As principais jogada de marketing para fisgar o leitor da mídia impressa, frente à concorrência cada vez maior da televisão e internet, seriam a análise e a informação diferenciadas (exclusivas) de suas principais estrelas – os colunistas. O pesquisador Carlos Castilho também analisou o papel das colunas assinadas na mídia impressa. Segundo ele, “as pessoas tomam conhecimento de um fato ou processo através de manchetes impessoais, mas passam a dar mais relevância a um tema depois que ele é tratado em colunas de notas assinadas. (...) No terreno da política, qualquer informação ganha um *plus* quando vem sob o patrocínio da grife de Joelmir Betting, Jânio de Freitas, Elio Gaspari ou Maurício Dias” (CASTILHO, apud COUTINHO, 2005). Os colunistas mais lidos promovem um contrato de leitura que é todo particular: leitores mais fiéis “compartilham” com a visão política e ideológica do colunista, aprovam o discurso inserido nos textos, apóiam os apelos às autoridades e notícias sobre desmandos na cidade e se divertem com os bordões usados pelo titular da coluna, mesmo sabendo de antemão os principais bordões usados.

Mesmo as colunas de notas mais “sérias”, como o Informe JB e outras reservadas aos primeiros cadernos da grande imprensa, não abdicam do entretenimento. A exposição da vida privada de famosos, ao lado de assuntos públicos, atrai os leitores, e a linguagem informal, caracterizada pela narrativa conversacional, é uma constante. A julgar pela quantidade de colunas em todos os jornais da grande imprensa, este fascínio está longe de se acabar. Seria parte do que Norman Fairclough indicou como características da mídia impressa de hoje: a tensão entre informação e entretenimento; e entre o público e o privado.

Em seu livro “Transformações da política na era da comunicação de massa”, Wilson Gomes defende a tese de que o modelo tradicional de relação entre política e comunicação de massa, em que as instituições do ramo da comunicação se ofereciam como meios técnicos ou meros instrumentos através dos quais a política alcançava as massas, não é mais possível nas novas condições sociais dessas instituições. Primeiro, porque elas ganharam uma forma empresarial, independente do Estado. Segundo, porque a configuração dos seus conteúdos se dá através de uma lógica própria à qual deve se dobrar tudo aquilo que entra no circuito comercial de largo alcance (GOMES, 2004:299). A essa premissa inquietante

soma-se um fator que hoje não pode ser desprezado pela indústria da comunicação: o entretenimento. Inicialmente constituídas por pílulas noticiosas, as colunas de notas, mesmo aquelas mais voltadas ao mundo da política e dos negócios, jamais prescindiram da diversão, característica presente nas antigas colunas sociais. Só que, ali, o entretenimento típico do gênero – rumores, insinuações, boatos, piadas - vem mesclado com informações relevantes devidamente apuradas pela equipe da coluna. É essa característica, aliada à busca pela notícia exclusiva, em primeira mão, que faz as colunas informativas brasileiras constituírem um gênero único no jornalismo mundial, segundo jornalistas entrevistados. Cabe a pergunta: pode o entretenimento conviver com a informação no mesmo espaço?

Agora as informações devem ter três qualidades principais: serem fáceis, rápidas e divertidas. Assim, paradoxalmente, os jornais simplificaram seu discurso no momento em que o mundo, transformado pelo fim da Guerra Fria e pela globalização econômica, complexificou-se consideravelmente. A informação não é um dos aspectos da distração moderna, nem constitui um dos planetas da galáxia divertimento: é uma disciplina cívica cujo objetivo é formar cidadãos (RAMONET, apud Trigo, 2003).

Gomes acrescenta que, com efeito, os princípios cognitivos da informação de larga escala demonstraram poder se adaptar convenientemente às regras de seleção e exposição na lógica que orienta a expressão dos produtores da indústria da comunicação de massa (2004). A idéia de “diversão” citada acima por Ignácio Ramonet é compartilhada por Wilson Gomes, que dá o nome de “consumo distraído” à lógica da informação de privilegiar mais o que é interessante em detrimento ao mais importante. Ou seja, uma lógica construída para reter o consumidor, entretendo-o cada vez mais. “Este princípio é apenas o indício de que reina uma lógica da diversão, em cujo extremo de realização é presidido pela afirmação que nada mais deve ser solicitado ao destinatário da informação do que um *consumo distraído* (GOMES, ibidem, grifos do autor).

Na busca de verificar com mais profundidade indícios deste “consumo distraído”, optamos por analisar três colunas de notas em que a diversão e a informação estão presentes. Primeiro, vamos destacar a coluna “Nhenhenhém”, do jornalista Jorge Bastos Moreno, de *O Globo*. Depois, passamos para a coluna de Mônica Bergamo, da *Folha de*

*São Paulo*. Por fim, analisamos a coluna de Cláudio Humberto, do *Jornal de Brasília*. São três espaços com alto índice de leitura e que se prestam à característica difundida por Ancelmo Góis, ou seja, são hoje “âncoras de leitura” da mídia impressa nacional.

### ***Nhenhenhém* e a importância da fofoca**

A coluna analisada aqui difere daquelas estudadas no capítulo anterior – *Boechat* e *Ancelmo Gois* – por ser um espaço de notas curtas que tratam exclusivamente sobre política, enquanto aquelas são colunas que podemos chamar de variedades, que abrangem vários assuntos. Também não é uma coluna diária como a dos autores supracitados, sendo publicada somente aos sábados. Começo com a coluna *Nhenhenhém* - do veterano jornalista Jorge Bastos Moreno -, porque reflete à perfeição a uma característica básica das colunas mais modernas – a quebra de barreiras entre o espaço público e privado no discurso sobre a cena política nacional. A coluna localiza-se na parte inferior da página 3, editoria O País, reservado aos assuntos, na avaliação do jornal, mais “importantes” do dia, aqueles que quase sempre merecem chamada na primeira página.

“Moreno”, como também é chamado, mora em Brasília e é jornalista especializado na área política, embora também assine eventualmente textos para outras editorias, com a de cultura. Por vezes também é responsável pela coluna “Panorama político”, na segunda página do periódico. Estamos, portanto, diante de um jornalista especializado nas chamadas *hard news*, ou seja, as notícias do mundo da política, aquelas que saem nos primeiros cadernos e seriam mais “importantes” do que as demais.

No entanto, a característica principal da coluna *Nhenhenhém* é apenas uma: a fofoca sobre os bastidores do poder.

Troquemos os personagens citados na coluna por pessoas do mundo da alta sociedade ou celebridades de qualquer área ligada ao entretenimento, e um olhar mais apressado pode sugerir estarmos diante de mais uma coluna social tradicional. A diferença, aqui, é que as insinuações, as maledicências, os rumores e boatos vêm todos da cena política.

Na busca de algumas características em comum entre *Nhenhenhém* e outras colunas de notas da grande imprensa, tomamos a liberdade de analisar em detalhes a coluna do dia



24 de novembro de 2007, usando como referência a análise de discurso. O estudo de caso será importante para constataremos a importância deste gênero jornalístico singular e seu papel na cena brasileira.

Consideremos a página inteira. Neste sábado em especial, havia no alto da página o fato principal do dia: uma reportagem sobre o chamado “mensalão mineiro”, no qual o procurador geral da república via indícios do envolvimento do secretário de governo de Minas Gerais Eduardo Azeredo, no escândalo do “valerioduto”, que, em sua esfera palaciana, derrubou vários ministros do governo Lula. Transcrevemos, a seguir, o primeiro parágrafo da reportagem, assinada pelos jornalistas Jailton de Carvalho e Evandro Éboli. Observe que não deixamos de citar elementos importantes da linguagem jornalística utilizados em reportagens; a retranca (que indica ser aquela matéria mais uma de uma série), o título e o subtítulo:

Os 15 do esquema mineiro  
**Novas ramificações à vista**

Procurador vê indícios de envolvimento do secretário de Governo de Minas no valerioduto

A denúncia do procurador-geral da República, Antonio Fernando de Souza, contra o valerioduto tucano pode respingar na administração do governador de Minas Gerais, Aécio Neves (PSDB). Na acusação, apresentada ao Supremo Tribunal Federal (STF), Antonio Fernando pede o Ministério Público Federal em Minas que aprofunde as investigações sobre as relações entre o secretário de Governo de Aécio, Danilo de Castro, e a SMP&B, agência de publicidade de Marcos Valério de Souza, operador do mensalão do PT e do valerioduto do PSDB mineiro.

Passemos agora para a análise da coluna. *Nhenhêném* é uma típica coluna de notas políticas, com um destaque no meio para o título da coluna, ao lado a foto do colunista e abaixo a indicação: *Jorge Bastos Moreno: de Brasília*. Como nas colunas Informe JB e Painel, há ali também uma nota principal de tamanho maior que as outras notas, e que serve como espaço condutor do tom da coluna. Ou seja, é esta nota principal que servirá de “guia” para as diversas notas selecionadas pelo colunista, que de alguma forma farão alusão a ela.

Se na reportagem principal do jornal, havia a denúncia do “valerioduto tucano”, o texto principal da nota condutora da coluna, abaixo – “Governadores tucanos assaltam o Planalto” -, é uma denúncia sobre as articulações do PSDB, o partido de oposição ao

governo, em Brasília, e a semelhança de seus métodos com o do PT. Vale a pena transcrever a íntegra do texto principal:

Moreno - *O Globo*, 24/11/2007:

### **Governadores tucanos assaltam o Planalto**

Os governadores do PSDB, às vésperas da convenção tucana de ontem, transformaram a rampa do Palácio do Planalto em calçadão de Copacabana.

Venderam o corpo, a alma e os votos do partido na CPMF a um governo tarado por equilibrar suas contas.

Como o procurador Antonio Fernando já havia estragado mesmo a festa tucana, denunciando o PSDB de Minas como criador do mensalão, os governadores se sentiram muito mais à vontade para pressionar seus senadores a aprovar o imposto do cheque. Em troca de outros cheques.

Não se tem notícia, na página negra da história política do país, de transação semelhante entre governo e oposição.

Comprova-se assim a tese caetana e velosamente celebrada de que PT e PSDB são irmãos gêmeos paridos pela rua Maria Antônia (local de resistência dos estudantes, intelectuais, operários e artistas).

Portanto, com a licença do Chico, são filhos da rua e da mesma costela.

Exaurido como oposição, sem discurso da moralidade, só resta como bandeira agora ao PSDB atacar o português ruim do irmão pobre. Esse discurso, altamente impopular, só o consolida como o partido da, como diz o Lembo, “elite branca”.

A partir do título – em que o verbo “assaltar” funciona como abertura do tom contundente que se inicia, podemos inserir já uma característica do gênero coluna de notas: o tom mais ousado e livre que o espaço jornalístico informativo, caracterizado na reportagem acima da coluna. Em uma coluna de notas não há olho, retrancas, subtítulo etc; mas sim um título mordaz e mais livre que o usual na reportagem. O colunista abusa de efeitos textuais, metáforas e frases de efeito (ver o 2º parágrafo) para levar ao leitor um retrato bastante crítico das negociações entre o Planalto e a oposição, representada ali pelo PSDB. Selecionamos alguns trechos:

- “Venderam o corpo, a alma e os votos do partido na CPMF a um governo tarado por equilibrar suas contas”.
- “(...) transformaram a rampa do Palácio do Planalto em calçadão de Copacabana.”
- “Portanto, com a licença do Chico, são filhos da rua e da mesma costela.”

As duas primeiras sentenças são usadas pelo colunista para indicar que o partido “vendeu-se”, quando o jogo político rende uma alusão clara à prostituição (“venderam o corpo, a alma e os votos do partido a um governo tarado...” / “transformaram o Palácio do Planalto em calçadão de Copacabana”). Adiante, não é difícil verificar que o discurso da coluna, ao considerar os dois partidos como “filhos da rua e da mesma costela”, está usando mais um ponto em comum ao gênero das colunas de notas, ou seja, aproximar a realidade de um tom fictício e narrativo no qual os personagens retratados são parte de uma trama – o discurso aqui é melodramático, apesar dos personagens políticos. Não há como não lembrar do recurso enormemente utilizado até hoje em telenovelas – os rivais que se descobrem irmãos de sangue -, que o cronista usa aqui num tom irônico, para referir-se ao PT e ao PSDB.

Passemos agora às “notas curtas” que são a razão da existência da coluna. Se hoje colunismo tem entre suas características a função de “amplificar” os rumores que cercam os bastidores das negociações políticas, há aqui ótimos exemplos. Não há, entre as treze notas escritas pelo colunista, nenhuma notícia realmente factual, ou seja, devidamente apurada seguindo as regras básicas da técnica jornalística, que pressupõe o nome das fontes, o contraditório das versões, a apuração rigorosa, como pode ser verificado na reportagem supracitada do alto da página (“Novas ramificações à vista”).

E nem poderia. Jorge Bastos Moreno está preocupado com os rumores entreouvados nos bastidores das negociações políticas em Brasília. Como não são notícias definitivas, no sentido de que não há como comprová-las a priori, elas jamais poderiam estar num espaço fora da coluna, espaço este que pede o rigor da objetividade. O tom é de crônica, e a sensação é de que o discurso das notas não foi escrito, mas sim passado ao leitor por alguém muito bem informado, como nestes dois exemplos:

Moreno - *O Globo*, 24/11/2007:

**Palavra de rei**

Lula já fala abertamente com seus ministros que Dilma é sua candidata a 2010.  
Não vai impor seu nome à base.  
Mas quer que todos saibam que vai começar a trabalhar o nome dela.  
Mas só a partir de 2009.  
Só que, dizendo isso, já está trabalhando.

**É pra valer**

Sérgio Cabral e César Maia estão conversando e muito sobre a sucessão na Prefeitura do Rio.  
Oficialmente, espalham que as tentativas de entendimento entre eles fracassaram.

Nos dois casos, não há a menor indicação de que as informações passadas sejam verdade, e mesmo que sejam, não é essa a intenção do colunista. Caso fossem perguntados sobre o conteúdo das notas, Lula, Dilma Houssef, Sérgio Cabral e César Maia negariam categoricamente os rumores. São ainda articulações nos bastidores, e no mundo político, articulações devem, no limite do possível, permanecer no terreno das conjecturas. No primeiro exemplo, sobre a “candidata a 2010” do presidente, o colunista afirma que Lula “não vai impor seu nome à base, *mas quer que todos saibam que vai começar a trabalhar o nome dela*”. A segunda nota deixa claro que a disseminação de boatos não é privilégio da imprensa – o meio político, como já vimos, aprendeu que a mídia é importante campo de experiência para lançar um balão-de-ensaio, outra característica comum às colunas de notas políticas. Enquanto as editoriais de política e cidade refletem a troca de acusações entre os dois políticos (“oficialmente, espalham que as tentativas de entendimento fracassaram”), o colunista deixa claro já no título (“É pra valer”) e no primeiro período – “estão conversando e muito sobre a sucessão na Prefeitura do Rio”.

Seguindo em frente, as duas notas sincopadas a seguir são exemplos da “apuração” típica de uma coluna informativa. Ali, não há tempo para gastar-se dois ou mais dias numa reportagem política convencional. Moreno está mais disposto em “desvendar” para os leitores como agem e trabalham os personagens principais de sua coluna. O assunto é a obstinação do governador de São Paulo, José Serra, em conseguir votos a favor da prorrogação da CPMF:

Moreno - *O Globo*, 24/11/2007:

**Santo de casa**

Maldade de FH:

- Se o Serra tivesse feito por mim 1% do que faz pelo Lula, nós não teríamos sido apeados do poder.

**Famoso quem?**

FH tem razão.

Serra conversou até com os senadores do Nordeste.

Sem saber, claro, os nomes deles nem os estados que representam.

Mas um assessor o ajudava, soprando-lhe os nomes nos ouvidos.

Outra nota, em especial, diz muito sobre os bastidores políticos. Qualquer ministro pré-demissionário ou que anuncie que “em algum tempo” irá deixar o cargo gera uma montanha de rumores. A coluna não deixaria em branco a sucessão de Gilberto Gil:

Moreno - *O Globo*, 24/11/2007:

**Sarau**

Há uma briga surda nos meios artísticos e intelectuais ligados ao PT para tentar fazer o sucessor de Gil no Ministério da Cultura.

Quem participa dessa briga? Que meios artísticos ligados ao PT estão fazendo pressão para “fazer o sucessor” do ministro? Isso não importa, parece dizer o colunista, mas sim a articulação dos bastidores. Para o professor Marcelo Kischinhevsky, que já trabalhou em uma coluna de notas ligada à economia, o Informe Econômico, do *Jornal do Brasil*, a coluna do Moreno é o exemplo mais bem acabado de uma certa crônica política da realidade brasileira.

O processo que levou à atribuição de uma certa respeitabilidade das colunas sociais foi lento. Passou por diversas reformulações de conteúdo de espaços como os de Ibrahim Sued e posteriormente Swan e Hildegard Angel, para ficar só nos colunistas do Rio. Temos que observar que estas colunas, no ato de revelar os bastidores dos eventos sociais da cidade, falam diretamente também sobre os costumes e as práticas políticas e econômicas. São, portanto, espaços fundamentais para o desempenho de uma das funções da imprensa, desde o século 19: atuar como cronista de época, expondo os vários aspectos da sociedade. O melhor exemplo dessa linha, hoje, para mim, é o Moreno, de *O Globo*. Ao retratar a vida privada dos políticos e a forma como costumam seus consensos e dissensos em mesas de restaurante, chás etc., ele fala mais sobre nossa realidade do que uma dúzia de matérias convencionais do dia-a-dia, aquelas que são incapazes de indicar quem realmente são os protagonistas de nossa vida política<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Kischinhevsky, 2007, entrevista ao autor.

A coluna *Nhenhêném* é um bom exemplo de como o entretenimento ligado à informação pode ser um recurso eficaz no jornalismo da mídia impressa. Não há “profundidade” nos comentários e nas notinhas maliciosas contidas na coluna de Moreno. Mas, ao relatar como agem os políticos, o leitor destas notas, à princípio, “triviais”, recebe uma informação diferenciada sobre a cena política nacional: ao mesmo tempo em que se informa, diverte-se, com uma visão singular do cotidiano dos políticos.

Mas há um porém, passível de críticas, sobre a coluna *Nhennhêném*. Por vezes, o colunista é muito auto-referente. Moreno não age apenas como um observador anônimo, que colhe as fofocas dos bastidores e as passa para o leitor em primeira mão. O colunista muitas vezes é um personagem de si mesmo - também dá opiniões, faz piadas com políticos e não raro, de forma autoritária, até faz ameaças a determinados políticos, mesmo que em tom absolutamente informal. Como se estivesse fazendo uma piada. Vejamos dois exemplos a seguir:

Moreno – *O Globo*, 28/07/2008:

**Bilhete:**

Ministro Temporão:

Ao noticiar todas as tramas do comando do PMDB contra a sua gestão, esta coluna, involuntariamente, o tem ajudado a se manter no cargo.

Mas, se o senhor não determinar a urgente apuração da barbárie cometida contra a índia xavante de 16 anos, que estava sobre a responsabilidade da Funasa, a esta coluna não restará outra alternativa, a não ser abrir espaço para seus algozes Henrique Eduardo Alves e Michel Temer.

Moreno – *O Globo*, 25/10/2008:

**“Marta, afasta de mim esse cálice!”**

Meu coração é mole que nem o de Lula. Tenho entrevista dele gravada dizendo que a única pessoa do mundo que não perdoaria nunca seria o Collor. Hoje são unha e carne feito a Mariana Ximenes e eu. O Lula perdoa até o Eduardo Paes.

Mas eu não sou assim tão magnânimo como o nosso presidente. Depois de tudo que ele fez contra as minhas queridas Luciana Genro e Manuela D’Ávila no primeiro turno em Porto Alegre, resolvi perdoar o Tarso Genro por puro interesse eleitoral: o ministro da Justiça agora é o principal cabo eleitoral da minha candidata Dilma, Veja a nossa conversa:

- Ministro, vai resistir até quando contra a Dilma?
- Ela é minha candidata!
- Não acredito!

- Ela é a candidata do presidente Lula. Sou muito disciplinado. Conseqüentemente, será a candidata do PT.  
- O Lula já fala abertamente sobre isso?  
- Não, mas sinaliza. Comigo nunca falou, mas eu percebo que a candidata é ela. E vamos trabalhar juntos por ela. Acredito que não só o PT, mas toda a base aliada, vai se engajar totalmente na candidatura da ministra Dilma.  
Viu, vencemos todas as resistências! Falta quem? A Marta? Mas que ela não me traga o João Santana. Aí tô fora!

Na primeira nota, escrita em forma de bilhete ao ministro da Saúde de Lula, José Gomes Temporão, o colunista deixa claro, ainda que “involuntariamente”, que sua coluna o “tem ajudado a se manter no cargo”. E que não hesitará em abrir espaço na coluna para algozes políticos do ministro, caso ele não determine a “urgente punição da barbárie” cometida contra uma índia xavante que estava sob a proteção da Funasa. Aqui, o colunista abandona a isenção e parte para a ameaça contra o ministro. Não importa se o propósito é louvável ou não - importa deixar claro que, agindo e ameaçando dessa maneira, Moreno extrapola sua função como colunista, confundindo opinião com intimidação.

Na segunda nota, o colunista não só relata os bastidores das negociações políticas que envolvem a eventual candidatura da ministra Dilma Houssef (um dos rumores mais fortes de Brasília era a preferência do presidente Lula pela ministra como candidata oficial do PT à presidência da República), como se põe como um interlocutor privilegiado, em que primeiro desanca o presidente – “O Lula perdoa até o Eduardo Paes”<sup>2</sup> – para depois, à maneira dos políticos - “por puro interesse eleitoral”, já que o colunista declara-se abertamente pela candidatura de Dilma Houssef - , consegue arrancar do ministro da Justiça a declaração de que a ministra é mesmo a candidata do presidente, embora ele não fale abertamente, apenas “sinalize”.

Ao abandonar a imparcialidade e investir fundo no apoio a uma candidatura política, o colunista/personagem corre o risco de ter sua credibilidade como jornalista ameaçada. Quando expõe os bastidores das negociações políticas da capital brasileira, Moreno é muitas vezes brilhante. No entanto, ao assumir constantemente o papel de personagem de suas próprias notas, corre o risco de misturar-se aos políticos que critica, desfavorecendo o distanciamento e o espírito crítico que o leitor precisa para ler suas notas.

---

<sup>2</sup> O então vencedor das eleições para a prefeitura do Rio de Janeiro foi relator da CPI do Mensalão, e na época chamou Lula de “chefe da quadrilha” (ver capítulo 6).

## **Mônica Bergamo: dos bastidores da política aos bastidores da novela**

A jornalista Mônica Bergamo assina hoje uma das colunas diárias mais lidas do país. Após passagens pelas revistas “Playboy”, “Veja São Paulo” e “Veja” (onde foi repórter política), a jornalista assumiu a direção de jornalismo da sucursal de Brasília, em 1997. É também repórter especial da *Folha* desde 1999. Sua coluna encontra-se na página 2 do suplemento Ilustrada, da *Folha de São Paulo*. No site da Folha, há a informação de que a jornalista “destaca em sua coluna informações de diversas áreas, entre elas poder, moda e coluna social”.

“Coluna social”. A princípio, a julgar pelo local e editoria do jornal onde se encontra a coluna de Mônica Bergamo – caderno Ilustrada, suplemento reservado à cobertura da cultura, artes e espetáculos -, poderíamos supor ser esta coluna uma coluna social nos moldes antigos, preocupada apenas na descrição dos habitantes do *society*. Mas não é.

A coluna de Mônica está mais próxima hoje daquela escrita pelo jornalista Joaquim Ferreira dos Santos, em *O Globo*. Ambos preferem descrever situações envolvendo artistas, celebridades, modelos, cantores e (por que não?) políticos para, assim, obterem uma crônica – mais do que social – dos costumes de certa sociedade brasileira. Diferencia-se da coluna de Jorge Bastos Moreno por uma temática mais variada e pelo uso constante de entrevistas, sempre com alguém em evidência na mídia.

Faço o que eu fiz a minha vida toda como repórter. A diferença é que hoje tenho um espaço importante dentro de um jornal importante. E isso me permite entrar em todos os lugares. Posso fazer desde o bastidor do senado até o bastidor da novela das oito. Tudo isso cabe na coluna. Gosto dessa abertura. Antes eu era repórter de política em Brasília. Então, o que eu fazia? Ficava todos os dias no Congresso (Bergamo, entrevista).

O formato da coluna pode mudar de acordo com a temática ou a importância dos assuntos escolhidos pela colunista. Pode vir, por exemplo, um dia com um texto longo (como na célebre entrevista com a ex-diretora da Infraero Denise Abreu). Em geral, a colunista abre a coluna com uma entrevista, segue com notinhas de variedades de termina



com a seção “Curto-circuito”, com avisos sobre lançamentos culturais ou “sociais”, a maioria enviados por assessorias de imprensa.

Como lembraram Sodré & Paiva (2004), hoje, para conseguir um espaço numa coluna de notas (social ou não) não basta pertencer à elite dos nomes de família. A pessoa tem que ter tido alguma passagem pela mídia eletrônica, ou ter conseguido virar uma “celebridade”. Assim, nada mais natural de que no dia 6 de novembro de 2007 a coluna se inicie com uma entrevista com a atriz Suzana Vieira, estrela da então novela “Duas Caras”, veiculada no horário nobre da rede Globo. Ótima entrevistadora, a repórter consegue arrancar frases inusitadas a partir de acontecimentos que, a princípio, só seriam notícia numa revista voltada ao mundo das celebridades, como Caras e Quem. O propósito da entrevista era a morte por atropelamento do cão pastor alemão da atriz, no bairro da Barra da Tijuca, e que teria “movimentado a TV Globo na semana passada”. Logo no alto do texto, uma frase é selecionada: “Cachorro é um ser humano que une as pessoas”. Passemos agora para um trecho da entrevista, na qual a atriz trata o cachorro morto, “Heitor”, como se realmente fosse um ser humano. Atente para os trechos grifados:

Bergamo – *Folha de São Paulo*, 6/11/2007:

*FOLHA - Como o Heitor foi parar na sua casa?*

*SUSANA VIEIRA - Comprei pela internet uma cadela e o Heitor veio junto porque o dono dela queria empurrar o cachorro. Ele tinha sete meses, tinha displasia [defeito na pata] e ninguém quis comprá-lo. (...) A gente contratou de tudo: homeopata, "psiquiopata", floral, fisioterapeuta. E o cachorro estava uma maravilha quando sofreu acidente e morreu atropelado. É uma pena que, dentro de um lar, entre um casal que se ama, tem um cachorro, e ele se vai.*

*FOLHA - Já tem cachorro novo?*

*SUSANA - Continuo com um casal, os yorkshire Scarlett O'Hara e o Clark Gable. E agora "tô" com um bebezinho de dois meses aqui, porque o Clark, minha filha, traiu a Scarlett, arrumou uma mulher fora e teve um bebê fora de casa. E ainda trouxe o bebê para a Scarlett criar o problema! Na verdade, o dono da cachorrinha que ele "namorou" me trouxe o bebê.*

*FOLHA - A Scarlett perdoou?*

*SUSANA - Não, estão se estranhando! [risos] É como na vida real, cara: ele arrumou uma mulher fora, engravidou a mulher. A Scarlett "tá" muito doida. Qualquer uma de nós ficaria!*

*FOLHA - O Heitor foi enterrado?*

*SUSANA - Não, foi cremado. Não fiquei com as cinzas, não teve nenhum tipo de cerimônia. A imprensa chegou até a publicar que enterrei o cachorro no sítio do meu ex-marido. Imagine! Aqui no Rio não dá para falar com jornalistas porque há uma corja que trabalha em jornais especificamente de popularidade necrófila. Ninguém respeita nada.*

Após esse sutil retrato de uma celebridade brasileira e seus sofrimentos, a coluna sai do ambiente privado para entrar direto no campo político já na primeira nota. Não há indicação da mudança de temática, apenas uma simbiose entre os dois espaços referidos.

Bergamo – *Folha de São Paulo*, 6/11/2007:

## **EXECUÇÃO<sup>2</sup>**

O governador Sérgio Cabral, do Rio, marcou encontro para o dia 12 com o ministro Tarso Genro, da Justiça. A conversa será tensa: a Secretaria de Direitos Humanos do governo Lula, com consentimento de Genro, acusou a polícia do Rio, comandada por Cabral, de executar sumariamente "várias pessoas" no Complexo do Alemão. Cabral apoiou a operação.

Poder-se-ia perguntar: o que há em comum entre a morte de um cachorro de uma celebridade televisiva e a reunião, que “será tensa” entre o governador do Rio de Janeiro e o ministro da Justiça? A princípio, nada. Mas serve aos propósitos de uma coluna de variedades contemporânea: embaralhar as noções de público e privado, informação relevante e notícias triviais, e o mais importante: redefinir o espaço para o entretenimento, agora mesclado a uma informação relevante. A nota sobre a morte do pastor alemão seria um atrativo para o leitor apressado começar a ler a coluna (por isso a colunista não abriu a coluna com a nota sobre o encontro dos dois políticos, apesar de sua maior “relevância”). Como seus pares das colunas de notas, Bergamo não subestima o poder do humor no gênero – característica que o aproxima do entretenimento.

No entanto, no meio acadêmico, permanece o debate: pode a informação vir conciliada ao entretenimento, ou há a necessidade de separá-las? A pesquisadora Fábila Angélica Dejavitte acredita que sim. Dejavitte é autora de uma tese de doutorado sobre o chamado “jornalismo de infotimento”, definido por ela como – “(...) o espaço destinado às matérias que visam informar e divertir, como, por exemplo, os assuntos sobre estilo de vida, as fofocas e as notícias de interesse humano” (DEJAVITTE, 2006).

A fronteira entre jornalismo e entretenimento nunca foi nítida e a sobreposição é quase inevitável nos dias atuais. Nessa área, delimitar e

---

<sup>2</sup> Ao contrário da coluna *Nhenhêném*, os títulos das notas curtas em *Bergamo* são escritos em caixa alta. Optamos por repetir o estilo gráfico, para que o leitor tenha noção das sutis especificidades de cada coluna analisada.

distinguir o que significa entreter e informar não é tarefa fácil (se é que isso seja realmente possível) (Idem, 2006:72).

A abertura da coluna *Bergamo* nem sempre abre espaço apenas para celebridades. No dia 29 de novembro de 2007, a entrevista foi com o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso. A colunista não está interessada em aludir ao chamado “propinoduto mineiro”, como seria esperado, por tratar-se de um escândalo político relacionado ao partido do ex-presidente, o PSDB. Como em outras colunas de notas, Bergamo está interessada no “outro lado” dos bastidores. E este “outro lado” não é o direito ao contraditório típico do moderno jornalismo, ou seja, o direito de escutar os dois lados, as duas versões dos envolvidos. Bergamo aproxima-se do “secundário” (conforme estudado por Braga), ou seja, aquilo que é usualmente deixado de lado das grandes coberturas. Aqui, sob o título “Erro de português”, a jornalista entrevista o ex-presidente sobre um suposto erro gramatical:

Bergamo – *Folha de São Paulo*, 29/11/2007:

### **Erro de Português**

*“Se errei, peço perdão e corrijo.”*

No lançamento de um livro que reúne estudos em sua homenagem, em São Paulo, o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso falou à coluna anteontem sobre o erro de português que cometeu ao dizer que os tucanos sabem “muito bem falar nossa língua” e que quer “brasileiros melhor educados”, numa referência ao presidente Lula. O correto, segundo a norma culta da língua, é “mais bem educados”.

*FOLHA - O senhor acha que cometeu um erro de português na crítica ao presidente Lula?*

*FERNANDO HENRIQUE CARDOSO - Não é verdade. Acho que não [cometi erro]. Aliás, eles não disseram quem era o gramático [que apontou o erro]. Mas o [assessor de FHC] Eduardo Graeff até respondeu que, pelo “Houaiss”, quando você diz “mais bem-educado” é “mais cortês, mais amável”. Eu não queria dizer isso.*

*FOLHA - Mas esse “bem-educado” a que o Graeff se refere é com hífen.*

*FHC - Ou sem hífen também. (...). Mas não sei, não estou preocupado. Isso aí é polêmica gramatical [risos]. É bom, polêmica é sempre bom. Se errei, peço perdão e corrijo. Mas até agora não consegui ver por que eu não posso dizer “melhor educado” em vez de “mais bem educado”. Não sei. Qual é a regra? Você sabe? O que me obriga?*

*FOLHA - É que, antes de um particípio, como “educado”, é preciso usar a forma “mais bem”, e não “melhor”. Por exemplo, “mais bem pago”, e não “melhor pago”.*

*FHC - Pode ser, mas a língua é algo vivo. Os gramáticos fixam as regras, mas isso muda. Todo mundo fala assim, vai mudando a língua. Mas, em todo caso, procurarei dizer “mais bem educado” de agora em diante.*

*FOLHA - Sua declaração foi feita bem no dia em que o “mensalão” tucano, de Minas, estava no foco.*

*FHC - O que isso tem a ver? Não tem nada a ver uma coisa com a outra.*

*FOLHA - Sua declaração gerou novas críticas ao partido.*

*FHC - Imagina! Vocês estão querendo pegar pêlo em ovo. Tenha paciência! Convenção é para criticar. Nós estamos na oposição, temos que criticar. Não tem nada, não! Olha, seria inapropriado se eu fosse lá bajular o governo. Eu tenho que ir lá para dizer que estou na o-po-si-ção ao governo.*

*"Procurarei dizer 'mais bem educado' de agora em diante"*

Note que a jornalista usa todo o começo da entrevista para inquirir o ex-presidente sobre um erro de português, e que, só ao final, aproveita para mencionar o “mensalão tucano”, provocando a resposta irritada de FH. Espertamente, a jornalista escolhe a frase dita no começo da entrevista – “procurarei dizer ‘mais bem educado’ de agora em diante” -, para “responder” ao ex-presidente. A princípio, as perguntas centradas num erro de português na teriam a menor importância, porém se atentarmos para uma das principais críticas não só do PSDB, mas de toda a oposição – o “português ruim” do presidente Lula (que, por isso, não seria digno de ser presidente da República) -, a entrevista ganha valor. Uma crítica sutil ao meio político brasileiro.

Neste meio dia, a jornalista usa quatro notas sincopadas para informar sobre a lista de filmes nacionais selecionados para disputar uma verba pública do BNDES. Nas notas, algumas incoerências do governo, a grita dos cineastas e a vaidade dos selecionados – e consegue um retrato original da classe cinematográfica brasileira:

Bergamo – *Folha de São Paulo*, 29/11/2007:

### **From Brazil**

A lista dos 30 filmes selecionados para disputar R\$ 12 milhões do BNDES, publicada na terça-feira, já começa a causar polêmica. Entre os finalistas, que concorrem a até R\$ 1,5 milhão, estão "Blindness", de Fernando Meirelles, estrelado por atores estrangeiros como Julianne Moore e filmado boa parte fora do país, e "Birdwatchers", co-produção da Gullane Filmes com a Itália -que terá um diretor argentino, Marco Bechis.

### **OS GRANDÕES**

"É uma contradição tão louca, um imperialismo dentro de casa", diz Cláudio Assis, que teve o longa "Sebastianismo no Brasil" fora da lista da estatal. "Você vê o BNDES dando dinheiro para os grandões, os bobalhões! Esse tipo de gente não precisa de dinheiro. Isso é ridículo!" O BNDES diz que o apoio às co-produções com outros países amplia a possibilidade de inserção, exibição e mercado para o filme nacional.

## **MATEMÁTICA**

O produtor Fabiano Gullane explica: "O diretor [de "Birdwatchers", orçado em R\$ 7 milhões] é estrangeiro, mas 95% da equipe é brasileira, será 100% filmado aqui, com elenco 100% brasileiro. Mas não vamos cair nessa conversa nacionalista. O Brasil precisa internacionalizar a produção". Já "Blindness", de Meirelles, teve 75% do orçamento (R\$ 53 milhões) financiado por co-produtores japoneses e canadenses. Do total, diz o diretor, R\$ 15 milhões serão gastos no Brasil.

## **SUPER JUSTO**

Crítico da Petrobras quando seu longa "Era uma Vez" ficou de fora do patrocínio da estatal, o diretor Breno Silveira ("2 Filhos de Francisco") agora é só elogios ao edital do BNDES: "Achei super justo".

Na verdade, como estudado por José Luiz Braga no artigo “Varejo”, no respiradouro entre uma nota “trivial” e outra, há espaços sutilmente escolhidos para passar ao leitor uma nota com um conteúdo realmente informativo. Um conteúdo que pode vir com uma pequena dose de sarcasmo ou ironia, mas ainda assim, importante na cena atual do jornalismo impresso, cada vez mais assolado por pressões internas e operações de marketing em direção ao aumento das notícias de caráter “light”.

### **Colunas de notas em Brasília: Cláudio Humberto e o folclore político**

Alguns dos colunistas de maior prestígio da imprensa brasileira nos últimos anos ampliaram seus campos de trabalho para a internet. É o caso de Ancelmo Gois, com a coluna supracitada “Ancelmo.com”, dentro do *Globo Online*, e também do jornalista Claudio Humberto, que, além da coluna diária no *Jornal de Brasília*, possui o portal “Cláudio Humberto.Com.Br: Poder, política e bastidores em tempo real”. No link “Nossa equipe”, há uma pequena descrição biográfica do colunista. “Alagoano de Maceió, fez tudo em jornal: foi repórter, chefe de redação, editor-chefe e, claro, colunista. Dos quase trinta anos de batente, dedicou quatro a assessorias de imprensa, dois deles na Presidência da República, entre 1990 e 1992. Publicou "Mil Dias de Solidão" (1993), sobre o período em que foi porta-voz, e "Poder Sem pudor" (2001), de histórias do folclore político brasileiro,

ambos pela editora Geração (SP).” É sobre a coluna de Cláudio Humberto no jornal *Jornal de Brasília* que falaremos neste tópico.

O jornalista alcançou notoriedade no período em que passou à frente da assessoria de imprensa do ex-presidente Fernando Collor. Após a destituição do presidente, Cláudio Humberto retirou-se para escrever o livro “Mil dias de solidão”, sobre sua experiência junto ao poder. De 1994, em diante, voltou à imprensa escrita, agora como colunista. O fato de ter sua coluna reproduzida em vários jornais de diferentes regiões do Brasil revela que o jornalista manteve o prestígio junto aos leitores. Cláudio Humberto assina o espaço e conta com uma equipe de dois jornalistas, Teresa Barros e Tiago de Vasconcelos. Sua coluna transita entre os modelos (já estudados aqui) de Ancelmo Gois de Antonio Bastos Moreno. Como Moreno, a prioridade aqui são as informações do mundo político e seus bastidores; como Gois, o colunista vai além dos rumores para desvendar notícias objetivas - e que podem muitas vezes vir a ser temas de reportagens em outras editoriais -, em pequenas notas investidas de humor e ironia.

Sua coluna trás uma média de 15 a 20 pequenas notas. A coluna não usa o recurso da caixa-alta nos títulos das notas. Apenas a primeira nota, logo acima do nome do colunista (seguido da sua foto), vem em corpo um pouco maior das outras. Há parcimônia no uso das fotos, quase sempre de um político ou de uma figura pública momentaneamente ligada ao jogo do poder. A coluna – escrita em formato vertical – sempre deixa para o “pé” uma citação do mundo político. Ao fim da coluna, há uma seção intitulada “Poder sem pudor”, na qual o colunista leva ao leitor histórias do que ele chama de “folclore político brasileiros”, e por fim uma citação, ou frase, seguida de um breve comentário irônico do jornalista.

Como na análise que fizemos da coluna de Mônica Bergamo, optamos aqui por utilizar não um dia em especial, mas alguns exemplos colhidos em dias esparsos, de modo a realçar algumas características recorrentes à análise textual. Como no Informe JB, aqui a primeira nota quase sempre funciona como “condutora” das notícias seguintes. Vamos conferir a coluna do dia 11 de dezembro de 2007, quando a nota inicial serve a este propósito, gerando duas outras sincopadas:

Cláudio Humberto – *Jornal de Brasília*, 11/12/2007:

#### **Marta sai do hotel sem pagar**

A ministra Marta Suplicy (Turismo) provocou saia justa em Buenos Aires, ontem, ao sair sem pagar a conta do hotel Ceasar Park, onde se hospedou para a posse da presidente Cristina Kirchner. Marta decidiu ir à posse em cima da hora, por isso não ficou na residência do embaixador, como Lula e o ministro Guido Mantega (Fazenda). Na hora de fechar a conta no hotel, a ministra foi embora, avisando que a sua assessoria “entraria em contato”.

#### **Opção camarada**

Em visita oficial, o erário paga a hospedagem de integrante da comitiva, que abre mão de 30% das diárias. Marta Suplicy fez essa opção no *check-out*.

#### **Uma já dançou**

Em 2003, a hospedagem no luxuoso Alvear por conta do erário para um encontro evangélico, custou o cargo da então ministra Benedita da Silva.

Notas desse tipo costumam incomodar a classe política, e quase sempre geram desmentidos, sinal da repercussão da coluna. No dia seguinte (12/12), o colunista cedia espaço para a explicação da assessoria da ministra.

Cláudio Humberto – *Jornal de Brasília*, 12/12/2007:

#### **Tango argentino**

A assessoria garante que Martha Suplicy (Turismo) pagou a conta do hotel com cartão de crédito e nega embaraços. Testemunhas do hotel e fontes do Itamaraty reafirmam: ela foi embora sem pagar a conta, certa de que era encargo da embaixada. Se pagamento houve, foi posterior.

Note que a argumentação da assessoria de imprensa da ministra do Turismo é desmontada por fontes anônimas, procedimento típico no terreno das colunas de notas. Aqui, a versão da assessoria é desmentida por “testemunhas do hotel e fontes do Itamaraty”. No noticiário político, em que o jornalista é instruído a revelar o nome das fontes (a não ser em casos de jornalismo investigativo, onde o sigilo é muitas vezes

essencial), esta argumentação da assessoria da ministra poderia ter funcionado. Já no terreno das colunas, onde rumores adquirem status de “verdade”, a versão da ministra – a depender do humor do titular da coluna – cai por terra. Também é um gênero que possibilita uma contra-argumentação de quem quer continuar anônimo – o colunista consegue a notícia, mas não revela aquele que a divulgou, por medo de represálias. Ressaltemos também o título irônico escolhido pelo colunista – “Tango argentino”, como se a situação vivida pela ministra desse mote à letra do mais popular estilo musical portenho. O rótulo de “trivial” dado ao gênero revela-se aqui um equívoco.

Muitas vezes um comentário entre ouvido nos corredores do Congresso ou do Senado pode virar uma nota neste gênero jornalístico. O colunista pode usar a frase para atacar sutilmente o político ou simplesmente para fazer um comentário sarcástico sobre a situação – no caso, a votação em Brasília que determinou o fim da cobrança da CPMF, imposto provisório sobre movimentação financeira, criado durante o primeiro governo de Fernando Henrique. A nota abaixo, sobre a repercussão causada pelo fim do imposto, como várias selecionadas nesta tese, serve bem à lógica midiática do entretenimento (através do humor), mas que não está isenta do tom crítico quanto a uma certa postura de políticos que adoram cunhar frases de efeito para os jornalistas. Poder-se-ia apressadamente sugerir a pergunta básica de qualquer manual de redação: “isso é notícia?”. A questão a ser colocada é outra: implica analisar o discurso (efeito) textual utilizado pela coluna para transparecer um comentário sobre a cena política.

Cláudio Humberto – *Jornal de Brasília*, 15/12/2007:

**Sabor das ruas**

O senador Mão Santa (PMDB-PI) diz que na madrugada de quinta, após a votação, foi ao bar Beirute, em Brasília, “ouvir as ruas”, a reação das pessoas à rejeição da CPMF. Conversa. Deve ter ido beber chope.

Vejam os alguns exemplos, agora, da característica comum às colunas aqui estudadas: os bastidores das negociações, o secundário do que há entre as manipulações de toda a ordem no mundo político. A seguir, veremos dois exemplos.



Cláudio Humberto – *Jornal de Brasília*, 07/12/2007:

**DasLula do Cerrado**

As residências presidenciais do Palácio da Alvorada e da Granja do Torto vão gastar R\$52,7 mil renovando uniformes dos empregados, em uso desde 2005. No novo guarda-roupa, 57 cintos, 100 botas de segurança, 180 meias, 36 uniformes de copeiros e 111 jalecos, a maioria sob medida.

Cláudio Humberto – *Jornal de Brasília*, 12/12/2007:

**Fome Zero em 2008:**

A despesa do Planalto está garantida a partir de janeiro. Vai gastar R\$ 123,9 mil em produtos não perecíveis: R\$ 10,6 mil em leite longa-vida, biscoitos, refrigerantes e 25 bolos, que os cozinheiros não são de ferro.

As duas colunas possuem títulos irônicos: na primeira, a residência presidencial é rotulada pelo colunista de “DasLula”, uma referência à notória loja Daslu, em São Paulo, considerada a “loja mais cara do Brasil” e ponto de encontro de celebridades e pessoas da “alta classe” paulistana. Já na segunda nota, os gastos da presidência da República são ironicamente comparados ao programa Fome Zero, do primeiro governo de Lula. Tirando os títulos, não há a retórica irônica no texto das notas, mas sim objetividade: o colunista pode ser muitas vezes maledicente, pode atacar ou elogiar os personagens que fazem parte da coluna, mas jamais poderá inventar algo, caso contrário sua reputação cairia por ter, e o contrato de leitura estaria na corda bamba. Novamente lembremos do contrato de leitura: para que as duas colunas sejam lidas com o devido senso crítico, o leitor deve compartilhar com o colunista dos assuntos em voga – que pode ir desde os planos assistenciais do governo e escândalos políticos, até nomes de lojas para grã-finos, filmes em destaque, músicas de sucesso etc. Nas duas colunas citadas, o leitor médio da coluna pode empreender da leitura a sensação de desperdício com o dinheiro público, sustentada pela relação de gastos do qual o colunista teve acesso<sup>3</sup>.

Alguns colunistas, como Góis, Bergamo e Fernando Molica também gostam de deixar em separado frases peculiares ou inusitadas dos bastidores do poder. Alguns de

---

<sup>3</sup> O uso de números de gastos financeiros para manipular a opinião pública é um jogo sutil que já foi usado várias vezes em nossa imprensa. Para maiores informações sobre o assunto, checar o ensaio de Perseu Abramo, “Padrões de manipulação na grande imprensa” (ver bibliografia).

modo sutil, outros acrescentando pequenos comentários à frase. Muitas citações que já foram parar em seleções de “frases da semana” de revistas informativas e noticiários televisivos, foram publicadas nas colunas de notas antes de repercutirem pela imprensa. É interessante notar a mudança na seleção das frases que merecerão destaque - uma tradição que atravessa séculos na imprensa mundial. Se antes a imprensa procurava selecionar as frases mais relevantes ou “importantes”, como declarações de chefes de estado, economistas de renome, grandes artistas e escritores, de modo a marcar uma antologia de cada época, hoje o jornalismo contemporâneo está mais interessado em buscar frases “infelizes”, carregadas de humor involuntário, e que revelam muitas vezes o lado patético e ridículo da política. As frases edificantes de outrora deram lugar às citações que operam uma pequena sociologia de cada época. Cláudio Humberto prefere reservar um comentário quase sempre irônico, de modo a “explicar” melhor aos leitores o contexto em que foi colhida a devida frase. Vejamos um exemplo, do dia 12/12/2007:

Cláudio Humberto – *Jornal de Brasília*, 12/12/2007:

**FRASE**

“Certamente está faltando algum voto...”

Ex-presidente FHC, “secando” a prorrogação da CPMF, imposto que ele criou.

O colunista é um contumaz colecionador de histórias que ele chama de “folclore político brasileiro”. Ou seja, aqueles fatos inusitados que revelam sutilmente o meio político nacional. Este é o seu diferencial em relação às outras colunas. Em 2001, ele reuniu uma compilação destes “causos” brasileiros no livro “Poder sem pudor”. É este o nome da seção em sua coluna que, diariamente, leva ao leitor episódios curiosos envolvendo personagens da política nacional.

Cláudio Humberto – *Jornal de Brasília*, 12/12/2007:

**PODER SEM PUDOR****Pavio curtíssimo**

Adhemar de Barros estava sempre às voltas com repórteres e suas perguntas nem sempre compreendidas. Na campanha presidencial de 1960, durante uma coletiva, um jornalista perguntou se a sua candidatura, no fundo, não beneficiaria a de Jânio Quadros (UDN).

Adhemar não suportou a provocação. Arrancou o microfone das mãos do repórter e afirmou:

- Primeiro, não permito que pronuncie o nome do demônio na minha frente. E depois, como médico, posso dizer que o senhor é um débil mental. E encerrou a entrevista.

A análise das colunas de Claudio Humberto, Mônica Bergamo e Jorge Bastos Moreno revela pontos em comum a este gênero jornalístico e ajuda-nos a entender melhor o caráter da política brasileira. Enquanto as principais articulações do meio político se dão nos bastidores, é sintomático que um gênero que saiba mergulhar no “entorno” dos grandes fatos leve ao leitor um pouco dessas notícias. Não concordamos com a carga pejorativa destacada no termo “consumo distraído”, pois a gênese das colunas de notas é mesmo esta: levar ao leitor os bastidores da cena política nacional em primeira mão, sem esquecer de diverti-lo, mesmo que seja na forma embrionária dos rumores e insinuações. Os colunistas do dia-a-dia sabem que, na realidade brasileira, jamais devem dar de ombros aos rumores da estação.

## Capítulo 9

### **Colunistas entre o sim e o não: o referendo das armas de fogo segundo as colunas de notas do Rio de Janeiro.**

*(...) A enunciação visa o próprio real da linguagem; ela reconhece que a língua é um imenso halo de implicações, de efeitos, de repercussões, de voltas, de rodeios, de redentes; ela assume o fazer ouvir um sujeito ao mesmo tempo insistente e insituável, desconhecido e no entanto reconhecido segundo uma inquietante familiaridade: as palavras não são mais concebidas ilusoriamente como simples instrumentos, são lançadas como projeções, explosões, vibrações, maquinarias, sabores: a escritura faz do saber uma festa.*

Roland Barthes

Em outubro de 2005, 122 milhões de brasileiros foram às urnas para mais uma eleição. O que estava em jogo, desta vez, não era a disputa por cargos públicos, como a eleição para vereadores, deputados, prefeitos, governadores ou mesmo a presidência da república. Desta vez, os brasileiros se prepararam para votar no primeiro referendo da história republicana do Brasil sobre a comercialização de armas de fogo em território nacional. Após pesquisas amplamente favoráveis à Frente Parlamentar por um Brasil sem Armas, que pregava o voto no “Sim” (a favor da proibição), a disputa passou por uma

virada vertiginosa dos partidários da Frente Parlamentar pelo Direito da Legítima Defesa, em favor do “Não” (contra a proibição), a partir do começo do horário eleitoral gratuito na televisão e rádio, com esta última opção saindo-se vitoriosa. O objetivo deste artigo não é fazer qualquer análise sobre o resultado do referendo. Queremos aqui analisar como a disputa entre partidários do Sim ou do Não foi divulgada por meio das colunas de notas de jornais cariocas. Mais precisamente: como se construiu o discurso de colunistas sociais e políticos no embate entre partidários e contrários ao desarmamento.

### **Sobre fofocas, furos e subjetividade**

Frases curtas, duas ou três no máximo, estilo direto ao ponto, comentários sintéticos sobre a política ou a economia, pontos de vista sobre personalidades, unidades informativas ou opinativas onde se articulam relatos, flashes, comentários jocosos advindos de uma fonte “próxima ao poder” ou “amigo da coluna”. Como vimos nos capítulos anteriores, estamos diante de um gênero ambíguo e heterogêneo, caracterizado por seu tom leve, muitas vezes irônico, dos fatos ou falas contados de modo direto, e a seleção e construção voltadas para um objetivo de assinalar o pontual, o destaque, o pitoresco, numa perspectiva próxima da fofoca (BRAGA, 1999)

Segundo José Luiz Braga, a impressão de fofoca seria dada pelo tom ligeiro das notas e pela predileção por personagens, mais que suas idéias ou a discussão dos problemas políticos relevantes do país<sup>1</sup>. Daí o preconceito que muitos jornalistas veteranos e parte dos leitores alimentam com relação às colunas jornalísticas: estas seriam o espaço privilegiado das intrigas e maledicências, territórios da futilidade, acarretando na perda da “consistência” de um jornalismo ideal. Visão rebatida por Braga. Para ele,

A fofoca é tida como comportamento provinciano, de quem não tem o que fazer. Mas é possível perceber, que numa forma ou noutra, permeia todo o tecido social como um componente merecedor de análise antropológica (...) Resta que, em política, parece se imiscuir, junto com os boatos, nos assuntos mais relevantes e graves (BRAGA, *ibid*, 1999).

---

<sup>1</sup> Mais detalhes no artigo “Varejo: análise das colunas de notícias da *Folha de São Paulo* e do *Jornal do Brasil*” (ver bibliografia).

A característica marcante da fofoca e a postura negligente de muitos críticos destas colunas faz com que pouca importância seja relevada às colunas jornalísticas. Muitos, porém, esquecem de outra característica básica delas: o furo. A notícia em primeira mão e exclusiva, ainda que por meio de notas curtas é algo que as torna relevantes, como alerta José Marques de Melo:

Trata-se portanto de um mosaico, estruturado por unidades curtíssimas de informação e de opinião, caracterizando-se pela agilidade e pela abrangência. Na verdade, a coluna cumpre hoje a função que foi peculiar ao jornalismo impresso antes do aparecimento do rádio e da televisão: o furo. Procura trazer fatos, idéias e julgamentos em primeira mão, antecipando-se à sua apropriação pelas outras seções dos jornais, quando não funciona como fonte de informação (MELO, 1994).

Após estas primeiras considerações, partimos agora para a análise de como este gênero jornalístico noticiou o referendo sobre a comercialização das armas de fogo. Levando em consideração as características já ressaltadas, buscarei explicar como um evento *político* foi levado aos leitores das colunas, e que fatores foram determinantes no enquadramento jornalístico do noticiário informativo sobre o referendo - um evento desde cedo marcado pela grande polarização entre partidários do “Sim” e do “Não”.

### **A leitura das colunas**

O *corpus* escolhido para a análise comparativa das colunas de notas foi buscado nos jornais *O Globo* e *Jornal do Brasil*, do Rio de Janeiro. A pesquisa se deu no período determinado entre a segunda-feira anterior ao referendo – dia 17 de outubro de 2005 – até a segunda-feira seguinte, 24 de outubro, quando o resultado eleitoral já se confirmava. Entre as colunas analisadas, estão *Boechat* e *Márcia Peltier*<sup>2</sup>, do *Jornal do Brasil*, *Ancelmo Gois* e *Joaquim Ferreira dos Santos*, do *Globo*. Optou-se aqui por “abrir o leque” das colunas pesquisadas, ou seja, procurei não restringir o estudo das colunas àquelas essencialmente políticas (publicadas em geral nos primeiros cadernos), mas também às colunas de notas

---

<sup>2</sup> Como já foi ressaltado, estes colunistas, embora ainda sejam titulares de colunas de notas na mídia impressa, não estão mais no *Jornal do Brasil*. Em dezembro de 2008, Boechat assinava uma coluna semanal para a revista *Isto É*, enquanto Márcia Peltier era colunista do *Jornal do Comércio*.

dos segundos cadernos, que reformularam suas antigas colunas sociais e hoje - embora o foco principal esteja concentrado nas notícias sobre sociedade e celebridades -, não deixam de comentar a cena política.

Durante a semana que antecedeu a ida às urnas, os jornais reservaram sempre uma manchete, ilustração ou chamada na primeira página para aludir ao referendo. Foram publicadas várias reportagens elucidativas, posições contrárias ou a favor do desarmamento mereceram registro nos editoriais ou na seção de cartas dos leitores, matérias sobre as articulações das duas frentes em disputa, além de informações didáticas sobre como votar no Sim ou pelo Não no dia marcado.

Essa tendência, de privilegiar o serviço público e os “grandes temas” (à princípio, aqueles de maior repercussão) *não* foi encontrada nas colunas de notas. Essa é uma característica das colunas: mesmo quando o fato se passa, textualmente, “em cena”, o que é noticiado geralmente não trata do *centro* da cena. As colunas, como vimos nos capítulos anteriores, muitas vezes deixam de lado os “assuntos sérios” e preferem se ocupar com o que acontece nos bastidores do acontecimento (BRAGA, 1998).

Outra característica encontrada nas colunas de notas é que, pela própria estrutura e seu caráter sintético, seu discurso lhes tira a possibilidade de ir além, ou seja, informar as circunstâncias (local, contexto político ou social, dia e hora, nexos causais, etc.) do fato. No entanto, Braga salienta que a nota tem freqüentemente uma certa complexidade – despachada necessariamente em frases curtas e diretas - relacionando momentos diferentes ou posições, ou uma série de acontecimentos relacionados.

É necessário frisar que é muito mais difícil dar uma notícia importante em apenas três linhas, e a nota em poucas linhas pode ser muito mais fulminante do que um texto longo. Não concordo com a perda da densidade – a nota curta, se bem escrita, pode ter uma profundidade que outros textos de 200 linhas não têm. Vai depender do talento do colunista. Se ele for ruim, se a coluna não for boa, a nota não vai repercutir e não vai adiantar nada. Se a notícia for boa e o colunista tiver talento, haverá densidade e o conteúdo da nota pode se revelar poderoso<sup>3</sup>.

Abaixo, encontramos um exemplo de como noticiar o que é “secundário” nesta nota da coluna de Márcia Peltier, uma semana antes do referendo:

---

<sup>3</sup> Ancelmo Góis, entrevista ao autor.

Marcia Peltier – *Jornal do Brasil*, 17/10:

#### **Porrada no não**

A turma dos praticantes de jiu-jitsu não tomou uma posição formal sobre o referendo das armas, mas a tendência dos principais lutadores é pelo sim. Há até alguns mais radicais, como Carlos Gracie Jr., presidente da Confederação Brasileira de Jiu-Jitsu: “Sou contra a fabricação, venda e uso de arma de fogo, seja qual for a razão. Nenhum motivo justifica tirar a vida de outra pessoa”, declara.

Podemos alistar três pontos que fazem a nota referida apoiar o Sim. Primeiro, o título, irônico e que “comenta” a nota: “Porrada no não”. Segundo, embora a coluna reconheça que a “turma dos praticantes de jiu-jitsu” não tenha ainda uma posição formal sobre o referendo, ela informa que “a tendência dos principais lutadores é pelo Sim. Terceiro, o próprio ato de selecionar as notas que vão estar presentes em uma coluna de notas, já garante a posição contrária ou a favor do colunista. Assim, a mera “objetividade” ensaiada no estilo da técnica jornalística com que a nota foi redigida é rechaçada pela opinião contrária à venda de armas por uma “autoridade” na área, ainda que esta área (artes marciais) esteja ligada, para o leitor não especialista em jiu-jitsu, à violência das lutas.

Poder-se-ia questionar por que a colunista não preferiu dar uma nota sobre as passeatas dos partidários das duas frentes, optando por uma inusitada pesquisa nos bastidores do jiu-jitsu. Mas nada é tão simples: os colunistas trabalham “descobrimos fatos que estão por acontecer, pinçando opiniões que ainda não se expressaram, ou exercendo um trabalho sutil de orientação da opinião pública” (MELO, 1994). Passemos agora à nota seguinte:

Joaquim Ferreira dos Santos – *O Globo*, 17/10:

#### **Sobre o plebiscito**

Dias atrás a jornalista Laura Benevides, da Frente pelo Não, recebeu um e-mail dizendo que traficantes do Morro do Dendê haviam abraçado a defesa do Sim. Ela entrou em contato com o responsável pela notícia, o site *Cocadaboa*, sem saber que é uma página humorística. Deram-lhe o telefone de um “traficante” chamado Xaxim e Laura fez longa entrevista, que circula na internet. Somente minutos antes de publicá-la avisaram que era trote.



Eis aqui um exemplo de como um boato surgido na semana anterior ao referendo - não confirmado pela polícia nem por jornalistas - transforma-se em piada numa coluna de notas jornalística. Não obstante o título equivocado (não era um plebiscito, mas um referendo), o caráter mais importante do fato - teriam ou não traficantes de morros cariocas tomado partido a favor do Sim? - é preterido pelo “trote” recebido por uma jornalista que não foi capaz de perceber a procedência do *site* de humor e o nome do traficante (Xaxim, que insinuava um “pé” de maconha).

### **A valorização do secundário**

Voltemos aqui a um dos problemas discutidos nesta tese: ao exercer o papel intermediário entre o público e o privado, estariam as colunas contribuindo para uma falta de consistência na mídia impressa? Ou, pelo contrário, seu estilo mais leve, informal, mais crítico e muitas vezes mordaz não seria uma contribuição para um “outro olhar” do leitor, a despeito do alto grau de informalidade de grande parte das notas? Não cabe aqui encontrar respostas prontas para essa questão, nem formular respostas sobre o *sentido* por trás das colunas de notas. Buscamos aqui a proposta de análise de discurso sugerida por Eni Orlandi e outros teóricos, segundo o qual a análise de discurso busca menos a *interpretação* do que a *compreensão* do processo discursivo. Ou seja, a análise do discurso visa compreender o texto, na mesma medida em que procura explicitar a história dos processos de significação, para atingir os mecanismos de produção (ORLANDI, 1988).

Para isso, devemos examinar o texto das colunas não apenas como matéria informativa sobre eventos caracterizáveis como “políticos”, ou diretamente referentes à questão do referendo. Mas também para perceber o processo político que se opera nas notas. Ou seja: considerando como “nota política” não apenas a notícia em si, mas todo o processo comunicacional, desde os “fatos”, passando por sua seleção e tratamento noticioso (verbal), e fazendo inferências sobre as possibilidades de sua leitura/interpretação pelo leitor (BRAGA, *ibidem*, 1998).

Duas notas publicadas na terça-feira permitem constatar como o uso do secundário pode continuar “à margem” do acontecimento, sustentando-se unicamente na sua atualidade, ou receber contornos relevantes. No primeiro caso, a coluna *Boechat* repercutia

a manifestação dos partidários do Sim na Lagoa Rodrigo de Freitas do domingo anterior, apoiada pela governadora Rosinha Matheus, quando centenas de cruzeiros de isopor foram jogadas na água.

Boechat – *Jornal do Brasil*, 18/10:

#### **Gênios**

Há dez anos devotado à recuperação da fauna do local, o ambientalista Mário Moscateli está indignado:

- As cruzeiros de isopor espalhadas na Lagoa Rodrigo de Freitas pelos partidários do Sim, domingo, deixaram centenas de pedaços flutuando – crítica.
- Os biguás vão engolir aquilo como se fosse comida e morrer.

Nesta nota há um olhar diferenciado sobre a campanha a favor do desarmamento. Rompendo com a intenção do “furo” jornalístico, Boechat deixa de lado a notícia em primeira mão para repercutir uma consequência desastrosa – em termos ambientais - da manifestação do Sim, ao jogar cruzeiros de isopor na Lagoa. Além disso, a nota busca revelar o fato à margem do que fora noticiado no dia anterior. Seu enunciado curto contribui para o rótulo de “notícia de bastidores”, algo que não mereceu destaque anteriormente, mas que encontrou porto seguro no ancoradouro das colunas. No entanto, se atentarmos para o título<sup>4</sup> sarcástico da nota (“Gênios”, que resume a interpretação do colunista para o fato) e o tom crítico, marcado pelas duas declarações do ambientalista entrevistado, pode-se entrever uma sutil crítica quanto à campanha em marcha, ou no mínimo ao tipo de manifestação planejada para angariar eleitores naquele dia.

Vejamos agora três notas que saíram na mesma coluna, em sequência:

Ancelmo Gois – *O Globo*, 18/10:

#### **Chico fora**

A campanha contra as armas decidiu suspender os anúncios com Chico Buarque, Fernanda Montenegro e outros artistas.

Pesquisa interna do “Sim” mostrou que foi contraproducente o uso de artistas.

#### **Lula dentro**

<sup>4</sup> O título mais irônicos das colunas funcionam como um direcionamento prévio do olhar do leitor, quase chegando a dizer como ele deve ler a nota.

A idéia de juntar FH, Lula e Garotinho para pedir pelo “Sim” no referendo causa polêmica na campanha contra as armas.

Um integrante do QG do “Sim” tem pesquisa que mostra que, em algumas favelas do Rio, a imagem dos políticos é pior que a de bandidos e polícia.

### **No mais...**

É como dizia Vinícius, muitos anos antes do referendo, em “A vida tem sempre razão”, parceria com Toquinho: “A hora do sim é o descuido do não”...

Aqui, podemos destacar os títulos das duas primeiras notas (“Chico fora”, “Lula dentro”), que somados ao terceiro (No mais...) evidenciam a continuidade do assunto em três notas sobre o mesmo tema, porém com abordagens diferenciadas. Nas duas primeiras, alude-se a pesquisas (não é indicado em nenhum dos casos *quais* pesquisas específicas são essas) indicam falhas na campanha do sim ou estratégias que não deram certo, como a idéia de juntar Lula, FH e Garotinho para pedirem votos a favor do Sim. Na terceira nota (No mais...), a coluna aproveita para fazer um comentário irônico, usando a fala de outro, no caso a letra de uma música. Ao selecionar falas de outros personagens o colunista esquiva-se de dar sua opinião própria e protege-se numa “objetividade” que remete ao leitor a ilusão de imparcialidade. Um curto e direto “a propósito...” que indica mera observação pitoresca ou de bastidores. A ressaltar, também, o fato do colunista misturar figuras da política com cantores, atrizes e poetas, “bandidos e polícia” - o que faz as três notas retratarem a esfera pública diferenciada no Brasil, onde, como vimos, o espaço público e privado é cada vez mais embaralhado e menos delimitado.

Assim, podemos constatar que a coluna de Ancelmo Gois, embora num tom leve e informal, próprio de uma conversa entre amigos, leva ao leitor duas notas a princípio secundárias, mas que nos dias seguintes se revelariam decisivas nas críticas à campanha do Sim, quando a derrota para o Não já se mostrava inevitável.

### **Os colunistas e a opinião pública**

Jornalistas e políticos têm em comum o fato de proclamarem-se ambos os representantes da opinião pública. Seriam, segundo Victor Sampedro Blanco, delegados públicos que constroem a realidade política: “Partidos e políticos se intitulam a cada eleição

os porta-vozes da opinião pública. Meios de comunicação e jornalistas dizem que a expressam cotidianamente através da opinião publicada, irradiada ou televisionada” (BLANCO, 1994). Sampedro argumenta que tal atribuição de papéis sociais resulta, no mínimo, problemática. José Marques de Melo ressalta que a coluna possui um caráter persuasivo: ela não se limita a emitir uma simples opinião, vai mais longe e conduz os que formam a opinião pública, veiculando versões dos fatos que lhes darão contorno definitivo. Por isso, as colunas são assediadas regularmente por políticos, na intenção de converter suas leis em acontecimentos midiáticos.

Como vimos na análise das colunas de Gois e Boechat, leitores de jornais estão sempre em busca de um discurso de *autoridade* quando lêem o jornal. Por isso, poucos questionam a veracidade de determinadas notícias. As colunas de notas, para serem devidamente apreciadas, pedem um leitor minimamente informado e que saiba identificar os “efeitos de reconhecimento”: marcas, bordões, expressões que determinam uma *cumplicidade* com os leitores. Assim, o leitor recebe em sua casa uma coluna em que o discurso é revestido por tonalidades pedagógicas e autoritárias, mas que muitas vezes passam despercebidas frente ao alto grau de informalidade e entretenimento ali contidos (SOUZA, 2005).

Portanto, uma leitura sem espírito crítico das colunas pode se revelar um problema. O tom leve e informal do noticiário, sem espaço para análises aprofundadas, faz com que muitos leitores apressados tomem estes espaços como repositores de uma “verdade” comunicacional<sup>5</sup>. Vejamos dois exemplos, em Boechat e depois em Góis, ambas com o mesmo título:

Boechat – *Jornal do Brasil*, 18/10:

**Sim ou não?**

Ainda há mistério em torno da ida às urnas no próximo domingo.  
O Tribunal Superior Eleitoral ainda não decidiu se a data será ou não feriado.  
Em eleição, sempre é proibido trabalhar.  
Mas como trata-se do primeiro referendo popular da História do Brasil, torna-se necessária uma decisão formal do TSE.

---

<sup>5</sup> Isso é perigoso, pois as colunas de notas são um espaço privilegiado para os “balões de ensaio”, prática também chamada de “plantar notícias”: lançar idéias, sugerir situações, não necessariamente verdadeiras, com a finalidade de avaliar repercussões do público. Muitos políticos procuram divulgar ali fatos com essa intenção. Ver mais sobre a “verdade” no jornalismo no capto 5.

Ancelmo Góis – *O Globo*, 18/10:

**Sim ou não?**

O QG do pessoal do Sim, contra o comércio de armas, com base em pesquisas diárias, aposta que o jogo deve virar até domingo.  
Há controvérsias.

No primeiro caso, Boechat alude à indecisão do TSE sobre se a data da ida às urnas seria feriado ou não, e cobra uma posição formal do tribunal. A objetividade da nota de Boechat contrasta com o sarcasmo de Góis, que com apenas uma frase (“Há controvérsias”) demonstra sua incredulidade quanto à virada nas urnas dos partidários do Sim, que àquela altura já se encontrava em queda franca nas pesquisas. Pode-se constatar aqui o grau de autoridade que os colunistas possuem, buscada, em Góis, por em várias marcas de efeito, como o bordão referido acima – “há controvérsias”. No entanto, para que o discurso da coluna funcione, o leitor deve estar minimamente inteirado dos fatos da atualidade, como na nota abaixo:

Márcia Peltier – *Jornal do Brasil*, 21/10:

**Com armas**

Larry Rohter dá mais uma alfinetada no governo. O correspondente do *New York Times* no Brasil publicou um artigo, ontem, sobre o referendo. Sarcástico, ele escreveu que a maioria vai votar no “não” porque significa ser contra o governo, que está envolvido num escândalo de corrupção.

Na nota a seguir, o contrato de leitura está na alusão a uma crônica do escritor Luis Fernando Veríssimo. Ressalte-se algo peculiar no segundo período da nota, onde o estilo do colunista produz o que Braga chama de “efeitos de leitura” (efeitos com que o colunista tenta seduzir o leitor pela linguagem empregada): ao indicar frentes à princípio divergentes, como a TFP, o MV-Brasil e o PSTU, “juntos” na defesa do Não, o colunista reforça o tom de estranheza do fato (a partir do prefixo “ultra”) seguido do tom temático de cada um deles. Assim, o efeito, além de reforçar uma possível incoerência dos defensores do Não, permite ao leitor descobrir a ironia de ver frentes divergentes unidas num único objetivo:

Ancelmo Góis – *O Globo*, 21/10:

**Em tempo...**

Mais uma esquisitice brasileira para a coleção da amiga francesa de Veríssimo, que fez um “aaaah” de espanto ao saber que, no Brasil, um comunista dirige a Câmara.

Na defesa do “Não”, a favor do comércio legal de armas, estão juntas a TFP (ultraconservadora), o MV-Brasil (ultranacionalista) e o PSTU (ultra-esquerda).

Pesquisas de diversas precedências foram publicadas por colunistas às vésperas do referendo. Colunistas buscavam ali não só o inusitado do acontecimento, mas (amparados na “objetividade”) ostentavam sutilmente suas opiniões sobre como corria a campanha.

Boechat – *Jornal do Brasil*, 22/10:

**Mídia**

Se dependesse dos jornalistas, o referendo sobre o comércio de armas no Brasil não sairia do papel.

Pesquisa do portal Comunique-se constatou que, na opinião de 60% dos 2032 profissionais entrevistados, a consulta popular de amanhã é pura perda de tempo.

Segundo a maioria, o resultado das urnas, seja qual for, não mudará a realidade da violência no país.

Ancelmo Gois – *O Globo*, 22/10:

**A cadeia diz sim**

Pesquisa coordenada pela ONG Viva Rio com detentas da Penitenciária Talavera Bruce, em Bangu, no Rio, revela a preferência na cadeia.

A maioria das presidiárias (90%) votaria “Sim”, amanhã, a favor do desarmamento.

Abaixo, há o exemplo de como as colunas de notas podem romper com a atualidade e buscar no passado elementos que ajudariam o presidente a não tomar uma providência infeliz. Apesar do evidente tom de fofoca do enunciado, a objetividade das notas em sequência é verificada na especificação da fonte, como nestas notas sincopadas:

Ancelmo Gois – *O Globo*, 23/10:

#### **Sim ou Não de Lula I**

Quando a crise do mensalão estava no auge, em agosto, Lula chegou a pensar em incluir neste referendo de hoje uma pergunta sobre a aprovação a seu governo. Seria coisa nos moldes do plebiscito que garantiu a permanência de Hugo Chávez na Presidência da Venezuela.

Ancelmo Gois – *O Globo*, 23/10:

#### **Sim ou Não de Lula II**

Lula confessou a idéia ao professor Candido Mendes num papo no Planalto, dia 24 de agosto. Era, por coincidência, aniversário da morte de Vargas e véspera dos 44 anos de renúncia de Jânio (toc, toc, toc). Mas, dez dias depois, informou a Candido que desistira da idéia, pois teria pouco tempo para concretizá-la.

O teor discursivo aparentando mera curiosidade da nota anterior contrasta com outra, na coluna de Boechat. Nela, o colunista aponta fatores importantes que ficaram ao largo das campanhas e mesmo do noticiário jornalístico sobre o referendo – como o estatuto do desarmamento, documento importante para que os brasileiros chegassem a uma opinião sobre o comércio de armas, e que teria sido pouquíssimo discutido na grande imprensa. Uma nota que, sem dúvida, só realça o espírito crítico que a notícia em poucas frases pode conter:

Boechat – *Jornal do Brasil*, 23/10:

#### **O destino**

Qualquer que seja o resultado do referendo de hoje, o comércio de armas no Brasil não mudará muito. É que a grande maioria dos trabucos é vendida às polícias federal e estaduais. Para a população, ano passado, foram negociadas apenas 1600 unidades. A informação, dada quarta-feira numa palestra em Brasília, é do ex-secretário nacional de Segurança Pública José Vicente da Silva.

## O dia seguinte

Na segunda-feira posterior ao referendo, em que o Não derrotou o Sim em todas as unidades da federação por uma larga margem de votos (63% X 32%), todos os jornais estamparam manchetes em suas capas com o resultado.

Diante da grande cobertura em cadernos e suplementos jornalísticos, as colunas de notas jornalísticas oscilaram entre a opinião e o inusitado dos fatos envolvendo a ida às urnas. A coluna de Ancelmo Gois buscou, a partir de uma discussão dentro de um cinema carioca, aludir novamente à contradição do eleitor brasileiro. A sensação de incoerência a que a coluna alude é maior na segunda nota em sequência, sobre uma discussão privada dentro de um condomínio num bairro da classe alta no Rio de Janeiro.

Ancelmo Góis – *O Globo*, 24/10:

### **O Brasil disse não I**

Veja como o Brasil, contraditório pela própria natureza, disse não ao desarmamento, mas quer distância das armas.

Sábado, na sessão de 21h30m de “Senhor das armas”, no Fashion Mall, no Rio, o filme foi interrompido no meio porque algumas pessoas suspeitaram que havia gente armada no cinema. Não tinha. Mas deu até polícia.

### **O Brasil disse não II**

Ontem, por volta das 11h, um morador do condomínio de bacanas Village São Conrado, no Rio, reagiu assim a um militante do “Sim” que fazia boca de urna no Ciep Ayrton Senna: “Não. Vou votar no ‘Não’. Quero ter direito a ter meu próprio Caveirão.”

Caveirão (cruz, credo!) é o apelido daquele carro-forte preto blindado da polícia.

Boechat preferiu destacar o que ele mesmo rotulou de “inutilíssimo referendo”, levando ao leitor dois fatos concretos. Aqui, a escolha dos fatos é totalmente subjetiva - o colunista utiliza os fatos para deixar claro que, na sua opinião, os dois lados perderam:



Boechat – *Jornal do Brasil*, 24/10:

**Perde & ganha**

De todo este inutilíssimo referendo realizado ontem, ao custo de R\$600 milhões para os cofres públicos, restam dois fatos concretos.

Primeiro: nunca tantos artistas globais e não globais levaram uma coça tão grande nas urnas.

Segundo: as ações da Taurus, maior fabricante de armas do país, subiram 20% na semana passada.

Cabe ressaltar que – ao contrário da semana anterior - somente na segunda-feira o referendo obteve posição mais destacada em uma coluna, com direito a foto. Em Ancelmo Góis, podemos notar os fatores e personalidades que teriam ganhado ou perdido com a campanha sobre o desarmamento. Góis usa o termo “gangorra brasileira”, e utilizando um processo já usado por revistas como a *Veja*, discorre sobre quem a coluna elegeu como “perdedores” e “vencedores” do referendo. Ao misturar personalidades, situações, citações conhecidas e internet, podemos atentar nesta última nota um pequeno universo das colunas de notas jornalísticas brasileiras. Um universo onde a variedade dá o tom e a política é cada dia mais presente.

Ancelmo Góis – *O Globo*, 24/10:

**Sobe, desce**

Com esta vitória do Não sobre o Sim no referendo das armas, veja como fica a gangorra brasileira.

<b>Sobe</b>	<b>Desce</b>
Fagner	Chico Buarque
Luiz Antonio Fleury	Renan Calheiros, Lula, FH, Garotinho etc...
Taurus/CBC	Taco/Varig
Baixaria na internet	Gente de branco na Lagoa
Jair Bolsonaro	Rubem César Fernandes
Dente por dente, olho por olho	Dê uma chance à paz
Liberalismo	Voto obrigatório

\*\*\*

A intenção deste capítulo foi pensar como um gênero jornalístico cada dia mais constante na mídia impressa noticiaria um evento político de caráter nacional. Em que pesem as críticas que são feitas hoje, quando a política parece estar dominada pelo jogo das aparências, pelo marketing e reviravoltas da propaganda eleitoral obrigatória, as notas jornalísticas convidaram o leitor a um passeio pelos bastidores da campanha, ainda que em relatos próximos à conversa de bastidores ou a mais pura fofoca. Se atentarmos para a argumentação de que hoje a mídia é o principal setor a desconstruir as fronteiras entre o público e o privado, podemos inferir que as colunas de notas jornalísticas – mesmo as mais voltadas para a política – são um espaço onde o processo ocorre com maior frequência. Em toda a cobertura jornalística sobre o referendo do comércio das armas de fogo, foi ali que as notícias aparentemente deixadas de fora do noticiário mereceram destaque. O secundário irrompeu, e a cobertura do referendo nas colunas assumiu um caráter definitivamente peculiar.

Esse caráter esteve na busca do que foi considerado “à margem” do noticiário padrão sobre o referendo. Não foram encontradas ali informações sobre como e onde votar, não se discutiu detalhes sobre as campanhas, não se tentou analisar as causas e efeitos da vitória do Não. Porém, em meio às notas sobre os bastidores da ida às urnas, os leitores puderam encontrar, ainda que condensadas pela estrutura curta e direta deste gênero jornalístico, pequenas notas objetivas sobre o referendo, misturadas a comentários, ironias, momentos inusitados da campanha etc. Longe das *hard news* da editoria de política, e da tarefa de serviço da imprensa em orientar o eleitor/leitor sobre um referendo a que não estava acostumado, as colunas buscaram levar aos seus públicos pequenos detalhes em primeira mão – resultados de pesquisas diversas (algumas inusitadas), chistes, comentários ora críticos, ora jocosos, informações objetivas. Tudo na linguagem de notas curtas diretas e incisivas. Para que o efeito destas notas tivesse sucesso junto ao leitor, este último deveria estar de alguma forma informado sobre o dia-a-dia da campanha política.

A cobertura da chamada grande imprensa recebeu um enquadramento de modo a optar pelo Sim. Essa postura foi seguida pelas colunas de notas, com um porém: quando esta mesma grande imprensa e os colunistas começaram a perceber que a vitória do Não era cada vez mais evidente, houve uma mudança de enfoque. Alguns continuaram apoiando o

Sim; outros, como Gois, quando viram que a derrota para o Não já se manifestava, preferiram atentar sobre as incoerências dos dois lados em disputa. Não faltou quem usasse seu sarcasmo para, em tom mais pessimista, concluir sobre a “inutilidade” do referendo, como Boechat. Cada colunista buscou equilibrar objetividade e subjetividade na escolha das notícias sobre o referendo a serem publicadas, exercendo um papel de orientação da opinião pública – e formadores de opinião também, pois muitos o são – sobre o evento. Como vimos, o evento só obteve grande destaque nas colunas no dia seguinte à ida dos eleitores às urnas. Mesmo na semana anterior ao voto, assuntos como o escândalo do mensalão, a iminência da cassação de políticos e as diversas CPIs em voga na época receberam mais destaque nas colunas do que as notas sobre o referendo.

Procurei aqui, como citei anteriormente, atentar preferencialmente para a análise do funcionamento discursivo das colunas e suas modalizações – o uso dos bordões, o tom textual entre o irônico e o sarcástico, os títulos que “comentam” o que vai ser lido, o caráter muitas vezes autoritário das notas etc. Também citei ser este caráter diferenciado das colunas e seu estilo mais livre ainda visto com ressalvas por muitos, que acusam as notas de estarem contribuindo para uma “falta de consistência” na imprensa escrita.

Ora, essa “falta de consistência” só é real se considerarmos hoje o jornalismo “sério”, “de referência”, ou aquele que procura seguir à risca os padrões da objetividade, clareza, concisão e principalmente, ouvir os dois lados, ainda como o único que vale, como gritam certas correntes acadêmicas. No entanto, não seriam as colunas de notas, com seu apelo ao que geralmente é deixado de lado pelo grande noticiário, aos comentários, à ironia e ao sarcasmo, ao humor que desafia e critica o dia a dia da política; uma alternativa jornalística, mesmo que contrária a um determinado “cânone” de regras específicas? Decerto, a propalada “falta de consistência” revela-se falsa em muitos casos, como nos complexos efeitos de texto encontrados nas notas. Podemos transferir a pergunta para o campo político e questionar: não seria a política de hoje, com seu culto às aparências, também ela um espaço onde o secundário ou seus bastidores, têm importância decisiva? Sabemos que as colunas de notas estão muito longe de representar um utópico “jornalismo puro”, como querem alguns – e não nos furtamos a deixar claro em capítulos anteriores que o gênero não está livre de plantações, maledicências e boatos com o único propósito de

destruir reputações, principalmente em época de eleições. Mas esses males não são exclusivos do colunismo.

\*\*\*

O historiador de imprensa Michael Schudson gostava de citar a análise do jornalista David Riesman, reveladora ao mostrar que os jornalistas concedem à política um prestígio que ela *não tem* na mente pública, “prestando mais atenção à política do que sua audiência parece exigir”. Jornais, portanto, portam-se como “patrões da vida política”, e muitas vezes superdimensionam os fatos envolvendo personagens do Congresso ou da Câmara dos Deputados. As colunas de notas brasileiras, ao buscarem o lado oculto dos bastidores, de certa forma desmistificam toda a pompa e seriedade que a própria mídia erigiu em torno da política.

## Conclusão

Pesquisar um gênero jornalístico com tamanho fascínio entre os leitores, como o colunismo na mídia impressa brasileira, implica um distanciamento crítico para melhor entender as complexidades do gênero. Apesar de estar presente na mídia impressa brasileira há pelo menos seis décadas – desde que, em 1945, Maneco Muller copiou a fórmula das colunas sociais americanas e adaptou-as para o Brasil –, o gênero não parou de sofrer transformações. Foi se reinventado e se adaptando às mais diversas transformações na sociedade e no fazer jornalismo. E hoje, mesmo com toda a série de críticas por aqueles que insistem em considerá-lo um subgênero, ou um jornalismo “menor”, as colunas de notas tornaram-se espaços nobres de nossa imprensa. São comandadas pelos jornalistas mais bem informados do país e quase sempre adiantam o que será notícia nos dias seguintes.

Com toda a certeza, não é mais possível classificar o gênero das colunas de notas como “colunismo social” apenas. Conjugam interpretação, opinião e informação no mesmo espaço. De comum, além do texto curto, direto e livre, sem amarras ou imposições de

regras jornalísticas, está aquilo que o jornalista Franklin Martins definiu com precisão: ancorar o noticiário, tomar a temperatura do dia e farejar possíveis desdobramentos.

Uma coluna de notas bem escrita pode desnudar uma pequena sociologia do poder, como neste exemplo do jornalista Élio Gaspari<sup>1</sup>:

Elio Gaspari, *O Globo*, 04/01/2009:

#### **Lula watch**

Nosso Guia começou a usar no pulso um patacão negro de fazer inveja à torre da Central do Brasil. Os relógios de Lula são sua demonstração explícita de gosto pelo consumo. O repórter Orlando Brito, com mais de 40 anos de experiência e observação dos costumes dos presidentes, já fotografou oito modelos.

Nenhum deles vale o Breitling de Fernando Collor (US\$ 4 mil para um Chronomat), ou o Rolex de ouro do general João Figueiredo, presente de um amigo, aliviado por um ajudante de ordens.

José Sarney foi o único presidente que atravessou o mandato com o mesmo relógio.

Brito já se divertiu acompanhando a fidelidade cromática de Itamar Franco. Se ele vestia um paletó azul, o sapato também era azul.

Jornalistas e pesquisadores são unânimes em apontar as características singulares que o gênero encontrou no Brasil. Experimente entrar em qualquer redação da grande imprensa e peça para falar com os titulares das colunas – todos eles confirmarão esta afirmação. O problema a que eu me reparava, e que nenhum jornalista sabia responder a fundo, era saber por que estas colunas se tornaram tão importantes, a ponto de tornarem-se âncoras de leitura dos grandes jornais. Do problema para a hipótese, uma certeza se consolidava: para mim, o caráter específico do jornalismo brasileiro de 1945 em diante seria um protagonista importante nesta história. Parti então para a pesquisa histórica, elemento essencial desta tese - eu deveria pesquisar quais transformações no contexto social e político teriam influenciado o jornalismo brasileiro a ponto de permitir que um gênero considerado trivial pela própria imprensa se expandisse tanto, a ponto de muitas vezes a notícia principal de um jornal vir no seu interior, em duas ou três frases de uma coluna de notas.

A pesquisa realizada nos permite concluir que as duas ditaduras brasileiras do século XX – primeiro, a ditadura do Estado Novo, entre 1937 e 1945; depois a militar, entre 1964 e 1985 -, influenciaram fundamentalmente as mudanças sofridas pelo colunismo de notas no Brasil, tornando-o um gênero único na imprensa mundial.

---

<sup>1</sup> Gaspari também pode ser considerado um dos responsáveis pelas mudanças no perfil das colunas durante a ditadura e mais tarde. Trabalhou com Ibrahim Sued, chefiou Zózimo e Ancelmo Gois no *Jornal do Brasil*. Em sua coluna dominical no *Globo* e *Estado de São Paulo*, é também capaz de escrever peças jornalísticas brilhantes em poucas linhas.

Da metade do século XX aos dias de hoje, passamos de um jornalismo literário e político, de inspiração francesa, para uma imprensa mais informativa, influenciada pelas técnicas de redação do jornalismo norte-americano. De um jornalismo provinciano, mais disposto a convencer do que informar, para um jornal plural e heterogêneo. A imprensa acompanhou as mudanças na sociedade e tratou de se modernizar para não perder o bonde da história. Com a industrialização, uma nova elite deixava pra trás o baronato rural do café e despontava nas areias de uma até então idealizada Copacabana. O Brasil se urbanizava, e nos salões da sociedade os canapés, cascatas de camarão e jantares suntuosos davam o tom. As colunas sociais fizeram a crônica desta elite, que sonhava em ser cosmopolita e deixar para trás o subdesenvolvimento.

Silenciada em grande parte durante a ditadura Vargas, a esfera pública nacional não resistiu aos encantos de uma incipiente indústria cultural, representada pelas estrelas do rádio e do cinema, e gritou por mais entretenimento nos meios de comunicação. Como demonstra Habermas, como esfera privada, a sociedade só é colocada em questão quando as próprias forças sociais conquistam competências de autoridade pública (HABERMAS, 1984:170). O fascínio pelas colunas sociais era de tal forma que colunistas eram parados nas ruas, por leitores que davam dicas para as famosas listas de todo o tipo. As fronteiras entre o que era assunto público e privado – mais fortes até a metade do século, foram aos poucos se rompendo. Nossos colunistas, ao misturarem os assuntos privados àqueles antes reservados às editorias de política e economia, sem o saber estavam criando uma fórmula diferente de colunismo.

Na segunda e terceira partes, busquei com a parte teórica e os estudos de caso demonstrar a complexidade do gênero, em estilos que variam em sua heterogeneidade. Ao lado das características em comum, como a nota curta, sintética, em linguagem mais livre e informal, a maior parte dos colunistas busca imprimir um estilo próprio ao gênero. Há uma variedade grande de estratégias discursivas que são usadas pelo colunista para fazer valer seu ponto de vista junto à opinião pública. Colunistas estão cientes de sua popularidade junto aos leitores como modernos formadores de opinião, e através da coluna influem no debate político nacional.

Durante a ditadura militar, a censura imposta aos meios de comunicação – e também a autocensura, como vimos, imposta pelos proprietários dos veículos, temerosos em perder

verbas publicitárias -, foi, paradoxalmente, um fator de vantagem para as colunas de notas. Ao abrigar no mesmo espaço informações que transitavam nos bastidores, abordagens mais informais, declarações em *off* etc; as colunas serviram de escoamento para informações importantes que seriam facilmente censuradas se voltadas para outras editorias. O ministro Armando Falcão, famoso pela frase “Nada a declarar” com que brindava os repórteres de política em Brasília, sempre tinha algo a declarar ao colunista Ibrahim Sued, tido como aliado do sistema (uma idéia falsa, pois ele adulava os militares visando conseguir informações exclusivas), com notas importantes (apud BOECHAT, 2003). Começava ali o poder de antecipação dos fatos pelas colunas de notas.

Foi também durante a ditadura militar que pressões mercadológicas fizeram com que aos poucos o jornalismo fosse encurtando seus textos e as colunas se proliferassem. De fato, há hoje uma colunização da mídia impressa, e até um certo exagero no número de colunistas. No entanto, o fenômeno vem ao encontro da aceleração propiciada pelas novas tecnologias. Hoje a mídia impressa viu-se competindo com um novo meio – a internet, em que a notícia em tempo real tornou-se realidade. A competição é cada vez mais feroz.

Por isso, o investimento da mídia impressa em interpretação. O público leitor dos jornais não está mais interessado em informação pura e simples: ele quer mais indagações, reflexões, opiniões pessoais que possam orientá-lo no dia-a-dia. E as colunas são espaços que refletem essa procura, sem perder tempo. Numa época marcada pela velocidade, a informação em primeira mão é outro composto na fórmula de sucesso das colunas.

Mas ainda resta responder à questão: por que o investimento no gênero? Se não vivemos mais numa ditadura, civil ou militar, por que as colunas continuam pautando o que será notícia na imprensa brasileira? Novamente devemos olhar para trás para entender o presente. Ao longo de sua história, o jornalismo brasileiro sempre primou por um caráter oficialista, bastante subserviente do poder do Estado – situação que, como vimos, só aumentou com as duas ditaduras por que passamos. As colunas, ao abandonar o caráter meramente informativo, por terem a liberdade de misturar informação com opiniões, insinuações, rumores e até piadas, seriam uma alternativa “não-oficial” e irreverente ao tradicional teor da cobertura política.

Lembremos do primeiro capítulo e as declarações de Maneco Muller. O introdutor da primeira coluna social moderna no país deixa claro que no Brasil os colunistas não

poderiam ter o mesmo poder dos seus colegas nos Estados Unidos, onde colunistas como Winchell tinham o poder de derrubar até governadores. Maneco não teve outra saída que não fosse “adaptá-las” – ou seja, escrever de uma forma a qual a linguagem empregada não desagradasse os “patrões” (donos do veículo e governos). Ou seja, colunistas não tinham ainda a independência editorial que usufruem hoje, e estavam longe de se tornarem formadores de opinião.

Seis décadas depois, podemos dizer hoje, com certeza, que a adaptação buscada por Maneco levou aos titulares das colunas de notas um poder nunca imaginado pelo colunista naquele dia de 1945, quando foi chamado para assinar uma coluna no *Diário Carioca*. Este poder quase sem limites (obviamente, há uma relação de confiança entre o colunista e o dono do jornal, e aquele dificilmente será ingênuo a ponto de publicar algo que contrarie os interesses da empresa) é também passível de críticas. Pois, na busca do furo jornalístico, por vezes informações erradas são publicadas, maledicências vêm à tona e rumores criados apenas para atingir um adversário político são publicados.

Território cercado de controvérsias, as colunas de notas representam com perfeição um inusitado perfil do processo jornalístico brasileiro atual: à notícia em tempo real, elas entregam o olhar específico e interpretativo de cada colunista; à falta de investimentos em reportagens investigativas, as colunas promovem a notícia antecipada e exclusiva; a compensar a pressa do leitor, notas curtas e rápidas, direto ao ponto. São, portanto, parte inegável do que foi e o que se tornou nosso jornalismo.



## Referências bibliográficas:

- ABRAMO, Perseu. *Padrões de manipulação na grande imprensa*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2003.
- ABREU, Alzira Alves de. *A modernização da imprensa (1970-2000)*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2003.
- \_\_\_\_\_, *Jornalistas e jornalismo econômico na transição democrática*. In: *Mídia e política no Brasil – Jornalismo e ficção*. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2003.
- \_\_\_\_\_, LATTMAN-WELTMAN, Fernando, ROCHA, Dora. *Eles mudaram a imprensa: Depoimentos ao Cpdoc*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2003.
- \_\_\_\_\_, *A atuação da imprensa na queda do governo João Goulart*. In: *Comunicação, acontecimento e memória*. Sonia Virgínia Moreira e Aníbal Bragança (Orgs.) Intercom, 2005.
- ABREU, João Batista de. *As manobras da informação: Análise da cobertura jornalística da luta armada no Brasil*. Niterói: EdUFF; Rio de Janeiro: Mauad, 2000.
- \_\_\_\_\_, *Imprensa X Censura: A luta armada das palavras*. Entrevista ao portal Observatório da Imprensa, outubro de 2002.

- ALBUQUERQUE, Afonso de. *A narrativa jornalística para além dos faits-divers*. Mimeo, texto debatido no GT Comunicação e Política, na VII Compós - São Paulo, 1998.
- AMARAL, Fernando Barrozo do. *Zózimo diariamente*. São Paulo: EP&A Consultoria em Comunicação, 2005.
- BAKHTIN, Mikhail. *Os gêneros do discurso*. In: *Estética da criação verbal*. São Paulo: Editora Martins Fontes, 1997.
- \_\_\_\_\_. *Problemas da poética em Dostoievski*. São Paulo: Forense Universitária, 2005.
- BARBOSA, Marialva. *História cultural da imprensa: Brasil – 1900-2000*. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.
- BARTHES, Roland. *Aula*. São Paulo: Editora Cultrix, 1978.
- BARROS FILHO, Clovis; BERTOLOZZI, Pedro Lozano. *Ética na comunicação: da informação ao receptor*. São Paulo: Noduna, 1995.
- BELTRÃO, Luís. *Iniciação à filosofia do jornalismo*. São Paulo: Edusp, 1998.
- BLANCO, Victor Sampedro. *Periodismo, conflicto simbólico y fetichismo: tipología y tensiones de las relaciones entre periodista y políticos*. Madri: Revista de Ciências de La Información, nº 10, 1994.
- BOORSTIN, Daniel. *The Image: a guide to psedo-events in America*. New York: Vintage Books, 1962.
- BRAGA, José Luiz. *Lugar de fala*. Texto debatido no GT Comunicação e Política, na VIII Compós - São Paulo, 1999.
- \_\_\_\_\_. *Varejo: análise das colunas de notícias da Folha de São Paulo e do Jornal do Brasil*. Rio Grande do Sul: Revista Fronteiras (Unisinos), vol. 1, 1999.
- BRASIL, Ubiratan. *A rotina inovadora do colunista Zózimo*. Artigo online, disponível no site do Observatório da imprensa, março de 2006.
- CADERNOS DE COMUNICAÇÃO. *Diário Carioca: O máximo de jornal no mínimo de espaço*. Rio de Janeiro, prefeitura/RJ. Secretaria Especial de Comunicação Social, 2003. (Cadernos de Comunicação, Série Memória, Vol. 9).
- CARVALHO, Luiz Maklouf. *Cobras criadas: David Nasser e O Cruzeiro*. São Paulo: Editora Senac, 2001.

- CASTRO, Ruy. *Ela é carioca: uma enciclopédia de Ipanema*. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.
- \_\_\_\_\_, *Carmen: uma biografia*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.
- CAVALIERE, Irene. *Colunismo social: um estilo em expansão*. Monografia apresentada ao Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2006.
- CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. São Paulo: Ed. Contexto, 2006.
- \_\_\_\_\_, MAINGUENEAU, Dominique. *Dicionário de Análise do Discurso*. São Paulo, Ed. Contexto, 2006.
- CONTI, Mario Sérgio. *Notícias do Planalto: a imprensa e Fernando Collor*. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.
- CORREIO BRAZILIENSE, Brasília. 03/04/94, 13/09/2007.
- COUTINHO, Iluska. *Colunismo e poder: representação nas páginas de jornal*. Rio de Janeiro: Editora Sotese, 2005.
- DARNTON, Robert. *Difamação à francesa: entrevista com Robert Darnton*. In: *O Globo*, 17/03/2007.
- DELEUZE, Gilles. *Um novo cartógrafo*. In: *Foucault*. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1995.
- \_\_\_\_\_. *Post-scriptum sobre as sociedades de controle*. In: *Conversações*. Editora 34, 1998.
- DI FRANCO, Carlos Alberto. *Fábrica de celebridades*. *Jornal O Globo*, 08/10/2007.
- O DIA, Rio de Janeiro. 09/10/08, 10/10/2008, 13/09/2007, 15/10/2008.
- DIAS, Ângela Maria. *Memória da cidade disponível: foi um rio que passou em nossas vidas – a crônica dos anos 60*. In: *Cronistas do Rio*, Beatriz Resende (Org.). Rio de Janeiro: José Olympio Editora, CCBB, 1995.
- DIMENSTEIN, Gilberto, KOTSCHO, Ricardo. *A aventura da reportagem*. São Paulo: Summus Editorial, 1990.
- DINES, Alberto. *Gatos e damas de preto: cronistas disputam a preferência do café society*. In: *Revista Visão*, 18 de março de 1955.
- EMERICH, Davi. *O beijo de Mangabeira – o jornalismo político das colunas de notas*. In: *Imprensa e poder*. Brasília: Editora UNB, 2002.
- ESTADO DE SÃO PAULO, São Paulo. 13/09/1995, 03/04/94. 13/09/2007.

- FAIRCLOUGH, *Discurso e mudança social*. Brasília: Editora UNB, 2001.
- FONTOURA, Ana Carolina da. *Colunismo social na imprensa carioca*. Monografia apresentada ao Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2006.
- FOLHA DE SÃO PAULO, São Paulo. 13/09/2007, 6/11/2007, 29/11/2007, 30/11/2007.
- FOUCAULT, Michel. *Vigiar e punir*. Petrópolis: Editora Vozes, 1987.
- \_\_\_\_\_. *A ordem do discurso*. São Paulo: Brasiliense, 1995.
- FICO, Carlos. *Reinventando o otimismo: Ditadura, propaganda e imaginário social no Brasil*. Rio de Janeiro. Editora Fundação Getúlio Vargas, 1997.
- GABLER, Neal. *Winchell: Gossip, Power and the Culture of Celebrity*. New York: Alfred A. Knopf, 1994.
- \_\_\_\_\_, *Vida – O filme: Como o entretenimento conquistou a realidade*. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.
- GARCIA, Cynthia. *Hilde: a sempre atenta dama do soçaite*. Revista Domingo, *Jornal do Brasil*, 20 de janeiro de 2008.
- GASPARI, Elio. *A ditadura envergonhada*. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.
- \_\_\_\_\_, VENTURA, Zuenir, HOLLANDA, Heloisa Buarque de. *Cultura em trânsito: da repressão à abertura*. Rio de Janeiro: Aeroplano Editora, 2000.
- O GLOBO, Rio de Janeiro. 01/04/94, 10/12/2003, 11/12/2003, 12/12/2003, 18/10/04, 17/10/2005 a 25/10/2005, 24/11/2007, 28/07/2008, 13/09/2008, 25/10/2008
- GOIS, Ancelmo. *Colunismo político*. In: *Lições de jornalismo 1*, Rio de Janeiro: Editora Faculdade da Cidade, 1998.
- GOMES, Wilson. *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Editora Paulus, 2004.
- \_\_\_\_\_. *Opinião pública política hoje - uma investigação preliminar*. Texto debatido no GT Comunicação e Política, na VII Compós - São Paulo, 1998.
- GRILLO, Sheila Vieira de Camargo. *Polifonia e transmissão do discurso alheio no gênero reportagem*. Revista Estudos Lingüísticos XXXIV, p.1164-1169, 2005.
- GONTIJO, Silvana. *O Mundo em Comunicação*. Rio de Janeiro: Editora Aeroplano, 2003.
- HABERMAS, Jurgen. *Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da esfera burguesa*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

JORNAL DE BRASÍLIA, Brasília, 13/09/2007, 14/09/2007, 07/12/2007, 11/12/2007, 12/12/2007, 15/12/2007.

JORNAL DO BRASIL, Rio de Janeiro. 4/02/1969, 02/03/1969, 01/04/1969, 30/11/1969, 01/02/1972, 29/09/1988, 23/05/1990, 10/07/1993, 24/11/1995, 09/12/2003, 17/10/2005 a 25/10/2005, 30/11/05, 03/11/06, 13/09/2007, 08/07/2008, 05/11/08.

JUNG, Milton. *Jornalismo de rádio*. São Paulo: Editora Contexto, 2004.

KOVÁCS, Anamaria. *Coluna Social: Linguagem e Montagem*. Dissertação de mestrado apresentada à Coordenação da Pós-Graduação da ECO/UFRJ, 1975.

KUSHNIR, Beatriz. *Cães de Guarda: Jornalistas e censores, do AI-5 à Constituição de 1998*. São Paulo: Editora Boitempo, 2004.

LEÃO, Danuza. *Quase tudo: memórias*. São Paulo: Companhia das letras, 2005.

LEMOES, Nina. *Ela faz social – entrevista com Mônica Bergamo*. Revista TPM, agosto de 2008.

MAINGUENEAU, *Análise de textos de Comunicação*. São Paulo: Cortez Editora, 2002.

MAFEI, Maristela. *Assessoria de imprensa: como se relacionar com a mídia*. São Paulo: Editora Contexto, 2004.

MARTINS, Ana Luiza, LUCA, Tânia Regina de (Org.). *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo: Editora Contexto, 2008.

MARTINS, Franklin. *Jornalismo Político*. São Paulo: Editora Contexto, 2005.

MOUILLARD, Maurice (Org.). *O jornal - da forma ao sentido*. Brasília, Paralelo 15, 1997.

MORAES, Dislane Zerbinatti. “E foi proclamada a escravidão”: Stanislaw Ponte Preta e a representação satírica do golpe militar. Revista Brasileira de História. São Paulo, v.24, nº 47, 2004.

MORAES NETO, Geneton. *O dia em que o criador do moderno colunismo social enganou a rainha da Inglaterra no Maracanã!* Entrevista com Manuel (Maneco) Bernardez Müller. Disponível no site do jornalista Geneton Moraes Neto, Geneton.com.Br., 2004.

MELO José Marques de. *A opinião no jornalismo brasileiro*. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1985.

MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo*. Rio de Janeiro: Forense Editora, 1967.

- NASSIF, Luís. *O cronista do Rio*. Disponível no site La Insígnia, [www.lainsignia.org/2006](http://www.lainsignia.org/2006).
- ORLANDI, Eni Puccinelli. *A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso*. Campinas: Editora Pontes, 2003.
- O PASQUIM, Rio de Janeiro. Antologia 1969-1971, Vol 1. Organização Jaguar e Sérgio Augusto. Editora Desiderata, 2006.
- PINTO, Milton José. *Comunicação e discurso*. São Paulo: Hacker Editores, 2002
- \_\_\_\_\_. *Discursos de opinião em jornais cariocas: receitas de editorial*. In: Mídia e Cultura, COMPÓS, 1995.
- \_\_\_\_\_. *As marcas lingüísticas da enunciação – Esboço de uma gramática enunciativa do português*. Rio de Janeiro: Numen Editora, 1994.
- PIZZOL, Vanessa Ribeiro. *O colonismo social nos Impressos da Ilha: Memórias e História*. Monografia apresentada ao Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo, 2007.
- RABAÇA, Carlos Alberto, e BARBOSA, Gustavo Guimarães. *Dicionário de Comunicação*. Rio de Janeiro, Editora Campus, 2002.
- RAMALHO, Anna Maria. *Coluna Social*. In: *Lições de jornalismo 1*, Rio de Janeiro: Editora Faculdade da Cidade, 1998.
- RAMOS, Murilo César. *Intrigas da corte: jornalismo político nas colunas sociais*. In: *Imprensa e poder*. Brasília: Editora UNB, 2002.
- REBELO, José. *O discurso do jornal: o como e o porquê*. Coleção Media e Sociedade. São Paulo: Notícias Editorial, 1992.
- REES, Laurence. *Vende-se Política*. Rio de Janeiro, Editora Revan, 1995.
- REVISTA DA SEMANA. Editora Abril, 03/09/2007.
- REVISTA ISTO É. 05/11/2008, 12/11/2008.
- RIBEIRO, Ana Paula Goulart. *Imprensa e história no Rio de Janeiro dos anos 50*. Rio de Janeiro, Editora E-papers, 2007.
- \_\_\_\_\_. *Modernização e concentração: a imprensa carioca nos anos 1950-1970*. In: *História e imprensa: representações e práticas de poder*. Rio de Janeiro: Faperj/DP&A Editora, 2006.
- RIBEIRO, Beliza. *O estilo Zóximo de ser*. In: *Jornal do Brasil*, 16/11/2001.

- SCHUDSON, Michael. *Discovering the news: a social history of american newspapers*. New York: Basic Books, 1978.
- \_\_\_\_\_. *A política da forma narrativa: a emergência das convenções noticiosas na imprensa e na televisão*. Artigo sem identificação de fonte.
- SANTOS, Joaquim Ferreira dos. *Feliz 1958: O ano que não devia terminar*. Rio de Janeiro\*São Paulo: Editora Record, 1997.
- SMITH, Anne-Marie. *Uma relação delicada nos anos de chumbo*. In: Jornal Valor, 27/07/2000.
- SODRÉ, Muniz & PAIVA, Raquel. *Cidade dos artistas: Cartografia da televisão e da fama no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Editora Mauad, 2004.
- SOUZA, Rogério Martins de. *A pauta e o mercado*. Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação da UFRJ, 2004.
- \_\_\_\_\_. *A sedução do colunismo: uma análise das colunas de Ancelmo Góis e Ricardo Boechat*. Artigo p/ o Intercom 2005, Rio de Janeiro.
- STANDAGE, Tom. *O café público como rede de comunicação*. In: *História do Mundo em 6 copos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.
- SUED, Isabel (Org.). *Em sociedade tudo se sabe*. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2001.
- SUNKEL, Guillermo. *El lugar del reconocimiento*. In: *La prensa sensacionalista y los sectores populares*. Santiago: Editora Norma, 2002.
- SJNEJDER, Vitor. *Ricardo Boechat: o atirador de elite*. In: *Jornalistas* (mesmo autor). Rio de Janeiro: Editora Mauad, 2003.
- TAVARES, Flávio. *O dia em que Getúlio matou Allende – e outras histórias do poder*. São Paulo: Record, 2004.
- TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo: questões, teoria e ‘estórias’*. Lisboa: Vega Editora, 1993.
- TRAVANCAS, Isabel. *A coluna de Ibrahim – um gênero jornalístico*. XXIII Congresso do Intercom, GT Gênero e Cultura de Massa. Manaus, setembro de 2000.
- THOMPSON, John B. *O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia*. São Paulo: Editora Vozes, 2001.
- TOGNOLLI, Cláudio. *A sociedade dos chavões – Presença e função do lugar-comum na comunicação*. São Paulo: Ed. Escrituras, Coleção Ensaio Transversais, 2002.

- TURNER, Graeme. *Understanding celebrity*. London: Sage Publications, Thousand Oaks, 2001.
- VERÓN, Eliséo. *Quando ler é fazer: a enunciação no discurso da imprensa escrita*. São Paulo: Summus Editorial, 1982.
- ZOBARAN, Sergio & CAMARA, Leopoldo. *A segunda imprensa – guia para divulgadores e divulgados*. Rio de Janeiro, Editora Rocco, 1994.
- WALLS, Jeannette. *Dish: How gossip became the news and the news became just another show*. New York: Perennial Books, 2003.

## **Anexos**

### **Colunas de notas: das “sociaes” ao moderno colunismo**