

DIÁRIO CATARINENSE

AZUCARITAL
URBANO
Cacau Menezes

MIRO
Ricardinho
M A C H A D O
Juliana Wosgraus

LO ESTADO

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
Departamento de Comunicação
Curso de Jornalismo

Projeto de Conclusão de Curso
Monografia

Do Colunismo Social

ao

“Colunismo Sociológico” :

Um breve estudo do colunismo social em

Florianópolis

Autora: ANA PAULA MOREIRA

Orientadora: Aglair Bernardo

Banca Examinadora: Sônia Maluf

Hélio Schuch

Aglair Bernardo

Suplente:

Neila Bianchin

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer àqueles que participaram de alguma forma da realização deste projeto, principalmente aos meus entrevistados, que foram fontes imprescindíveis de informação na falta de bibliografia a respeito do assunto discutido neste trabalho. Seus depoimentos foram reveladores não só sobre o colonismo social florianopolitano contemporâneo em si, mas também sobre a realização da atividade em outros locais e épocas, o que me foi muito válido para a compreensão das origens e influências neste setor específico do jornalismo.

Obrigado a Ricardinho Machado, Cacau Menezes, Juliana Wosgraus, Miro, Moacir Benvenuti, Urbano Salles e Peninha, do Museu Universitário da UFSC. Agradeço também aos jornalistas Luís Ernesto Heilborn e Cláudia Marçal, meus ex-colegas de trabalho, não apenas por sugerirem, mas insistirem para que eu adotasse o colonismo social da capital como tema do meu estudo de conclusão do Curso.

Às minhas colegas de trabalho, as jornalistas Sílvia Zamboni, Mariana Baima e Raquel Kleinubing, agradeço não apenas a compreensão e o importantíssimo apoio no período de desenvolvimento desta tese, mas o constante companheirismo que é a nossa marca registrada. Esta convivência

me fez ter certeza de que o jornalismo é o meu caminho e me despertou a vontade de querer logo, logo ser uma “profissional de carteirinha” e canudo, é claro.

PRIMEIRO CAPÍTULO

Sopitos de Cium..... 14

SEGUNDO CAPÍTULO

Realidade Pessoal..... 29

Studio A2 Reservado para “Happy-images”..... 36

Te veles na Xisole..... 38

TERCEIRO CAPÍTULO

Para-Vindos aos dias de hoje..... 48

Colonismo Miscelânea..... 51

Fachos..... 54

Editorias, letras atentas..... 62

De-a-dia: a principal fonte..... 65

Cinzeiro: uma carta quise fora do Brasil..... 70

Presunço: intercedoria subsçada..... 73

ANÁLISE EDITORIAL..... 86

ÍNDICE

PRIMEIRO CAPÍTULO

| | |
|-----------------------|----|
| Sapatos de Cetim..... | 14 |
|-----------------------|----|

SEGUNDO CAPÍTULO

| | |
|---|----|
| Beautiful People..... | 29 |
| Stúdio A2: Reservado para "Happenings"..... | 36 |
| Te vejo no Kiosk..... | 38 |

TERCEIRO CAPÍTULO

| | |
|----------------------------------|----|
| Bem-Vindos aos dias de hoje..... | 48 |
| Colunismo Miscelânea..... | 53 |
| Feed-back..... | 58 |

| | |
|--|----|
| Editorias: leitoras atentas..... | 62 |
| Dia-a-dia: a principal fonte..... | 65 |
| Checagem: uma carta quase fora do baralho..... | 70 |
| Prestígio: mercadoria cobiçada..... | 73 |

| | |
|-------------------------------|------------|
| ANÁLISE EDITORIAL..... | 86. |
|-------------------------------|------------|

INTRODUÇÃO

CONSIDERAÇÕES FINAIS.....93

BIBLIOGRAFIA.....96

INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como objetivo estudar o colonismo social de Florianópolis nos dias de hoje. A idéia surgiu a partir de uma experiência profissional em uma assessoria de imprensa, iniciada em março de 1996. Durante este período percebi a importância que têm as colunas sociais no jornalismo diário como geradoras de pautas, como síntese de aspectos da vida social da cidade em evidência nas demais editorias e divulgadora da vida social da cidade.

O fato de eu em alguns momentos, em função de uma determinada circulação social ser alvo de algumas notas despertou-me ainda mais o interesse em conhecer mais sistematicamente esse universo.

Considero que tal familiaridade com o objeto, se por um lado facilitou a minha entrada nesse universo, por outro lado exigiu de minha parte a necessidade de um estranhamento constante em relação a este. Esta postura de transformar o familiar em exótico, assim como realizar o caminho inverso não é um exercício fácil por estar carregado de tensões e conflitos permanentes por parte do observador. “As duas transformações estão”, segundo Da Matta, “pois, intimamente relacionadas e ambas sujeitas a uma série de resíduos nunca sendo realmente perfeitas. De fato, o exótico nunca pode passar a ser familiar, e o familiar nunca deixa de ser exótico.” (Da Matta, 1974, p.29).

É importante ressaltar que não foi possível localizar estudos específicos sobre o colunismo social, mais especificamente em Santa Catarina. Isso se traduziu para mim em um desafio a ser enfrentado. Outro desafio é reverter um quadro de preconceito existente em relação ao próprio tema junto aos meus pares, que o manifestaram através de descrença de que eu pudesse extrair do tema observações relevantes sobre o universo do jornalismo. Essas observações foram indicadores de uma determinada leitura do colunismo social. Situação semelhante foi vivida por Buffon ao pesquisar o universo masculino. O fato de ser uma mulher pesquisando homens solteiros que vivem sozinhos, de classe média, na faixa dos trinta anos, inspirou comentários do tipo jocosos sobre o projeto. Assim como para Buffon, aqueles comentários foram reveladores de um imaginário a cerca da relação entre homens e mulheres em nossa sociedade, (Buffon, 1992, p.63), no meu caso, aquelas reações também me remeteram às complexas relações entre os profissionais do meio jornalístico.

Durante o desenvolvimento desta pesquisa, foi publicada uma nota por um colunista graduado em jornalismo e um de meus entrevistados, que trouxe à tona a existência do preconceito sobre a atividade que exerce:

A ideia central deste projeto é pensar as transformações do colunismo brasileiro até a década de 70, para o que chamaremos aqui de "colunismo sociológico". Esta denominação de categoria nativa é de autoria do falecido

LUPA

“A estudante de Jornalismo da UFSC-

e colunável - Ana Paula Moreira

elegeu o colunismo social

em Florianópolis como tema para o

seu projeto de conclusão de curso.

Paulinha pretende mostrar como as

colunas ganharam peso jornalístico nos

últimos anos, chegando ao ponto de se

transformarem nos espaços mais quentes

de muitas publicações.

A estudante está coberta de razão, mas

terá que se esforçar para convencer

alguns professores jurássicos que teimam

em ensinar aos alunos que colunismo não

é jornalismo.”

Apesar de não ser do interesse deste estudo “provar” se colunismo social é ou não jornalismo, a nota ainda assim é significativa em meu estudo.

A idéia central deste projeto é pensar as transformações do colunismo realizado até a década de 70, para o que chamaremos aqui de “colunismo sociológico”. Esta denominação de categoria nativa é de autoria do falecido

colunista Beto Stodieck. A expressão “colunismo sociológico” foi utilizada por Stodieck para denominar a produção jornalística predominantemente realizada em nossos dias nas colunas sociais. Falamos aqui de uma atividade que, saturada de comentar “os chazinhos de madame”, como exemplifica o colunista Moacir Benvenuti, passa a informar os leitores sobre política, esporte, economia, cidade e até polícia, não deixando de lado nem se quer a crítica quando julga necessária. Isso faz com que esse novo tipo de colunismo que atualmente se produz seja um marco importante.

Neste estudo, optei pelo desenvolvimento de uma análise qualitativa do objeto. O ponto de partida para a coleta de material para a pesquisa foi a leitura sistemática das colunas sociais dos jornais Diário Catarinense, O Estado e AN Capital, pelo período de 60 dias durante os meses de janeiro e fevereiro de 1997. Em seguida, foram realizadas entrevistas abertas e diretivas com todos os colunistas destes jornais, que expuseram seus posicionamentos a respeito de determinadas questões geradoras de polêmica no cenário do colunismo social. Procurei também através destas entrevistas, detectar suas prioridades temáticas para a utilização de seus espaços.

A partir da realização da primeira entrevista, observei um fato que surpreendentemente veio a se repetir em todas as demais. Os “colunistas sociológicos” de Florianópolis, quando questionados a respeito da influência predominante no início de suas carreiras, foram unânimes ao citar o nome de um notório personagem da sociedade ilhoa: o polêmico colunista social e produtor artístico Beto Stodieck. Em grande evidência nas décadas de 70 e 80 até a sua morte, é reverenciado pelos colunistas contemporâneos como o

“Papa do Colunismo” (segundo Cacau Menezes) e “Criador do Termo Colunismo Sociológico” (segundo Ricardinho Machado). Diante desta surpresa, tornou-se essencial dedicar a Beto Stodieck um capítulo neste trabalho. Todas as entrevistas foram gravadas e durante estas conversas procurei estabelecer um clima de informalidade, já que certas questões de minha pauta envolviam assuntos polêmicos, a respeito dos quais gostaria de obter opiniões extremamente pessoais. Acho que tal atmosfera de espontaneidade foi alcançada, inclusive com o estabelecimento de uma gratificante relação de confiança. Em momento algum os entrevistados pediram que o gravador fosse desligado, me indicando apenas certos comentários que deveriam ser considerados “em off”.

Entrevistei também Gelgy José Coelho, mais conhecido como Peninha, diretor do Museu Universitário da UFSC. Peninha foi amigo íntimo de Beto Stodieck me relatou diversas histórias a respeito da época em que este colunista ainda escrevia para os jornais de Florianópolis.

Além dos colunistas observados, entrevistei também outros que puderam acrescentar informações de grande relevância para este estudo. Foi o caso dos colunistas Zury Machado e Moacir Benvenutti. O propósito destas minhas conversas foi explorar ao máximo de suas memórias a respeito do passado do colunismo social, para através de um breve histórico, relatar o início da atividade de relatar a vida social da cidade. Como o objetivo principal desta monografia é detectar as transformações de tal prática, é coerente colocar antes de mais nada, o que acontecia nesta área no passado, para que seja possível apontar as mudanças em relação ao presente.

de suas características, são também discutir problemáticas decorrentes da
adoção. É preciso observar que ainda temos em Florianópolis e principalmente
nos veículos do interior do estado de Santa Catarina, profissionais que
seguem a linha “clássica”, priorizando como tema os acontecimentos da alta
sociedade e destacando a presença ou atuação de seus personagens nos
acontecimentos sociais. Apesar da temática deste estudo, que identifica a
tendência contemporânea do colunismo social, não é possível ignorar a
história e os primeiros produtores de colunas sociais da Ilha.

Por esta razão, o primeiro capítulo consiste de um breve histórico do
colunismo social, para que possamos, antes de estudar uma transformação,
estar à par do perfil da atividade antes do acontecimento de tais mudanças.
Voltaremos cerca de 60 anos no tempo, caracterizando os objetivos iniciais
do colunismo e sua gradativa transformação. Desta forma, é possível
compreender as razões que geraram o fenômeno aqui explorado.

No segundo capítulo, entraremos em contato com a época, podemos
até dizer década, de transição dos costumes e hábitos praticados até
aproximadamente o final dos anos 60. Este capítulo é reservado ao colunista
Beto Stodieck, que em Florianópolis foi, além de precursor do “colunismo
sociológico”, o criador do próprio termo que o descreve. É importante frisar
que Stodieck foi unanimemente citado pelos colunistas entrevistados como
influenciador do perfil da prática atual.

O terceiro e último capítulo discute as questões que envolvem a
produção do “colunismo sociológico” desenvolvido nos dias de hoje. Além

de suas características, são também discutidas problemáticas decorrentes da adoção desta linha de atuação. São abordadas as questões das fontes, relacionamento com outras editorias, temática priorizada, reação pública, relações de troca, facilidade de acessos sociais e outras questões de caráter subjetivo como a ainda vigente abordagem da intimidade alheia e a administração da vaidade dos personagens das colunas. Devido à já mencionada falta de bibliografia específica, as entrevistas foram a principal fonte de informação. Neste capítulo, procurei explorar de forma constante e transparente os depoimentos colhidos. As opiniões emitidas pelo entrevistados sobre os assuntos levantados, aparecem por inúmeras vezes transcritas literalmente. Este método é revelador não apenas do modo individual de pensar das fontes, mas também o profundo trabalho de campo executado.

Sapatos de Cetim

Como o objetivo deste artigo é verificar uma transformação, no caso, a que aconteceu do tabuleiro social brasileiro para o que chamaremos de "relativismo social", começaremos, se for necessário, influenciando brevemente a leitura de 1950 a 1960 para obtermos um panorama histórico de cultura brasileira. Isto proporcionará um maior esclarecimento a respeito dos fatos de interesse.

Essas condições que os primeiros colonizadores encontraram no Brasil como terra

P RIMEIRO CAPÍTULO

... de um povo primitivo, descoberto por Cristóvão Colombo, mudou sua condição de terra sem povo para terra de povo. O Brasil já ganhava achemia. Contudo, em sua fase primitiva, as condições estabelecidas não foram pelo colonizador. Foi com a chegada de gente que o comércio começou a se desenvolver e estabelecer-se de forma sólida. Ao contrário de outros países, que na maioria das vezes, tiveram o comércio servindo ao desenvolvimento de um grande país ou terra fecunda de muita importância. Tendo isto como tema, desenvolvi uma crônica, onde registrava suas próprias observações. O primeiro cronista de Florianópolis foi Antônio Telles Piccini Blazzi, que escreveu para o jornal A Gazeta há cerca de 60 anos atrás. Se

Sapatos de Cetim

Como o objetivo deste estudo é verificar uma transformação, no caso, a que aconteceu do colunismo social “clássico” para o que chamaremos de “colunismo sociológico” contemporâneo, se faz necessário voltarmos brevemente às décadas de 40, 50 e 60 para obtermos um panorama histórico do colunismo social. Isto proporcionará um maior esclarecimento a respeito dos focos de interesse, bem como das atividades que os primeiros colunistas florianopolitanos tinham como prioridade.

Antes mesmo do mais antigo colunista florianopolitano, Zury Machado, iniciar sua carreira há 53 anos atrás, os eventos sociais da cidade já ganhavam cobertura. Contudo, isto acontecia diferentemente dos moldes estabelecidos mais tarde pelo colunismo. Foi com o cronismo social que o caminho começou a se abrir para o posterior estabelecimento das colunas sociais. Ao contrário do colunista, que na maioria dos casos escreve diariamente, ou até semanalmente, o cronista costumava entrar em ação eventualmente, servindo um veículo quando do acontecimento de um grande baile ou outra festividade de muita importância. Tendo isto como tema, desenvolvia uma crônica, onde registrava suas próprias observações. O primeiro cronista de Florianópolis foi Antônio Telles Puccini Sbissa, que escrevia para o extinto Jornal A Gazeta há cerca de 60 anos atrás. Se

estivesse vivo, Antônio Sbissa completaria 100 anos de idade no dia 25 de maio deste ano.

O primeiro fato que fica claramente estabelecido a respeito das colunas sociais até os anos 60 é a total despreocupação de envolvimento com temas como política, economia, esporte ou questões à respeito de problemas sociais. O tema era restrito ao registro de festas da “alta sociedade”, dos grandes bailes, dos acontecimentos dos tradicionais clubes da cidade e dos então popularíssimos concursos de misses.

Não é por acaso que os grandes bailes anuais que se firmaram nos anos 50 eram organizados por colunistas sociais. O Baile Branco de Debutantes do Clube 12 de Agosto, que continua sendo realizado até hoje, foi criado por Zury Machado. O próprio colunista relembra:

“Ah, os bailes, bailes de gala! Aquelas mulheres em vestidos de cinturinha marcada, bem rodados, sapatos de cetim, do mesmo tecido do vestido. Isso era a festa! Era lindo, sempre foram festas muito bonitas. Eu até inventei uma coisa: *A bela e colorida juventude*. Isso eu uso muito, é uma coisa que eu tenho.”

O concorrido Baile Municipal de Florianópolis, que é um evento de sucesso de público até nossos dias, provocando uma frequência cada vez mais jovem, foi idealizado pelo colunista Lázaro Bartolomeu, que mais tarde negociou o nome do evento com o Clube 12 de agosto. Foi de Lázaro também

a criação do Baile do Distrito Naval, que durante anos celebrou a data da Batalha do Riachuelo.

Essa tradição de festas promovidas por colonistas sociais ainda é mantida atualmente pelo colonista Moacir Benvenuti, que realiza todos os anos o Baile Grande Gala nas cidades de Santa Catarina “O Baile já é uma marca”, observa Benvenuti. “Ele vem sendo inclusive copiado por colonistas de outros estados porque é um dos bailes mais luxuosos do país, um grande acontecimento.” O empenho destes profissionais na realização destes eventos sociais e a visão orgulhosa e entusiasta com a qual se referem, sugere a relação de status que o sucesso de tais acontecimentos representavam perante sociedade local da época, muito mais do que representam hoje. “A Marta Rocha veio do Rio de Janeiro e disse que nunca tinha ido a uma festa tão requintada”, orgulha-se Benvenuti. “Isso é o reconhecimento do meu trabalho.”

Já Celso Pamplona adaptou a idéia, direcionando este costume, na década de 70, para a realização de eventos para o público jovem. Pamplona organizava festas temáticas, onde os convidados compareciam fantasiados de acordo com o tema da noite. Estas ganhavam nomes como: “*Casa Portuguesa*”, “*La Belle France*” e “*Twist*”. Além disso, o colonista promovia outras “*Festas da Juventude*”, sempre no Lira Tênis Clube.

Os Bailes de Debutantes e Concursos de Miss eram os acontecimentos de maior destaque até a década de 70. Os colonistas sociais tinham grande participação nestes eventos. A exemplo dos concursos de Miss, uma das

debutantes do Baile Branco era escolhida para ser a representante do Estado no Baile Internacional das Debutantes no Rio de Janeiro. O colunista Zury Machado, promotor do Baile Branco relembra o ano em que levou a atual “colunável” Lúcia di Vicenzi para representar Santa Catarina: “Levei-a para o baile e ela foi classificada em primeiro lugar. Olha a minha glória no dia seguinte ler uma página com ela no jornal do Rio. Quem levou fui eu, então são glórias que a gente tem”. É importante registrar que a cidade do Rio de Janeiro era o local onde ocorriam as etapas finais de praticamente todos os concursos de beleza nacionais. O Rio sediava nas décadas de 40, 50 e 60, os maiores acontecimentos anuais da sociedade, cujas coberturas tinham repercussão nacional, não só em jornais, mas em revistas como a Revista Cruzeiro.

A participação dos colunistas sociais locais no apoio às representantes de Santa Catarina nos Concursos de Miss Brasil sempre foi igualmente ou até mais expressiva do que nos Bailes de debutantes. Isso continua a acontecer apesar da perda de prestígio do Concurso perante o público em geral. Até hoje Moacir Benvenuto exerce esta influência, como aconteceu ao acompanhar o ano de reinado da Miss Santa Catarina e Miss Brasil 96, Rafaela Linhares, o que em virtude disso garantiu sua participação nos mais importantes eventos estaduais e nacionais. “Eu consegui dar apoio à Miss Brasil no sentido de no ano passado a Rafaela ter frequentado as melhores festas e acontecimentos sociais por causa da Febracs *, não por causa do

**Federação Brasileira de Colunistas Sociais, que reúne mais de 700 colunistas de todo Brasil. Foi fundada pelo catarinense Moacir Benvenuto, que foi também o primeiro presidente da Instituição.*

concurso”, garante Benvenuti. “se eu tenho o poder de levar as moças de Santa Catarina, as misses, fazê-las Miss Brasil e colocá-las na mídia nacional, isso se deve ao meu trabalho.”

A exaltação da beleza e da elegância lançada por tais concursos fez escola, provocando a criação de outros, geralmente promovidos por colonistas sociais. É o caso do Concurso Miss Elegante Bangú, realizado na década de 70 e promovido por Zury Machado. A empresa carioca patrocinava desfiles em todo Brasil, sempre nos melhores clubes das cidades e com a renda destinada a instituições de caridade. Depois que cada cidade escolhia sua representante, a Miss era levada para a grande final, que como de costume dos grandes concursos, era realizada na cidade do Rio de Janeiro.

A década de 80 chegou trazendo consigo uma forte transformação de costumes que veio a modificar os valores da juventude e suas preferências. As danceterias, que chegaram a ser apelidadas de “infernhinhos”, como explica Zury Machado, pelos mais conservadores da virada da década de 70, chegaram despertando curiosidade e interesse, passando a ser os locais mais alvejados pelos jovens que se consideravam modernos. Conseqüentemente, as roupas tiveram que ser adaptadas aos novos ambientes, o que deixou o *glamour* e o requinte dos vestidos acinturados, longos e rodados esperando por ocasiões extremamente especiais no guarda-roupas, juntinho dos sapatos de cetim.

Foi então que a “bela e colorida juventude” de Zury Machado teve que abrir alas para a “beautiful people” de Beto Stodieck.

GENTE

Barão de Siqueira Jr.



DEBUTANTE NO COPA

LOURDES HELENA DIAS, filha do industrial e sra. Vladimir Duarte Dias. Tem 15 anos, gaúcha, porém residindo em Santa Catarina, de olhos e cabelos castanhos. Representará o Estado de Santa Catarina, indicada pelo colunista Zury Machado, no baile internacional de 23 de novembro, no Golden-Room do Copacabana Palace. Estuda no Colégio Catarinense. Pratica tênis, no Santa Catarina Country Clube. Admira a música clássica, gosta da moda atual, dança ballet e estuda línguas. Pretende estudar Medicina. Estará no Rio, a 19 de novembro, para desfilar a bandeira da jovem catarinense, no baile do COPA. Vamos assim aguardá-la para beijá-la. Tá?

★ O ESTADO de Santa Catarina, se faz representar todos os anos, no baile internacional das debutantes, no Golden-Room do Copacabana Palace, por moçoilas lindíssimas e elegantes, numa indicação do jornalista Zury Machado, que comanda a alta sociedade da ilha de Florianópolis. É uma seqüência de 17 anos, com Zury Machado, coordenando os convites, entre famílias tradicionais catarinenses. Elas são escolhidas a dedo, pelo velho amigo de lutas jornalísticas, que tem orgulho de vê-las pisar o Rio, com muito sucesso, beleza e a proverbial vaidade, aliás muito justa, dos catarinenses, que realmente têm as mulheres mais bonitas do Brasil, pela sua descendência germânica. Além destes requisitos, Florianópolis, tem em sua mulher, uma figura que sempre anda na moda, pois muito viajam pelo exterior. Bravos!

★ **CONHECI** Zury Machado, nos idos de 50, quando escreviamos no saudoso "Diário Carioca", ele falando sobre a sociedade catarinense, e este modesto escriba, sobre amenidades jovens. Eram encontros que se consolidaram, pois Zury Machado, sempre muito fino e educado, sabia grangear amizades cariocas, inclusive da direção do tradicional matutino. Era assim um homem impar no trato com as pessoas, conquistando palmo a palmo a sociedade catarinense, uma das mais fechadas do Brasil, por serem de famílias de estirpe.

★ **VIRAO** de Santa Catarina as jovens — Raquel Carolina Piazza Souza, Angela de Metrelles Orle, Maria Teresa Evangelista e Lourdes Helenas Dias, cujas fotos saíram publicadas nesta co-

luna, podendo os leitores, verem como são realmente bonitas e charmantes. Todas como já falamos acima, pertencem à tradicionais famílias de Florianópolis, representando condignamente a beleza, elegância e o charme da jovem catarinense, numa noite das mais bonitas de nosso Rio Social. Vamos assim aguardar a chegada do jornalista Zury Machado, com a comitiva das catarinenses. Esperando que o Rio os abraçem e beije as lindas jovens que tão bem representarão o Estado de Santa Catarina, por suas maiores expressões da arte sutil da elegância.

★ **E AGORA**, é só dizer, que os cariocas estão louquinhos para verem as debutantes internacionais 74, de Santa Catarina, a 18 de novembro próximo. Tá?

Zury Machado

XIIIº BAILE INTERNACIONAL DAS DEBUTANTES

Como foi bonita a última noite de 31 próximo passado, no Copacabana Palace, com o Baile Internacional das Debutantes, Golden-Room e o meia-noite, completamente tomada pela sociedade brasileira, Debutantes, corpo Diplomático, a presença do Governador e Senhora Negrao de Lima e também figuras que no momento são nomes no país como Eliana Fialho Pomson Miss Brasil 70 e Pedrinho Guinaga considerado o homem mais bonito do Brasil, Barão Siqueira, promotor da noite de elegância e caridade, para mestre de cerimônia convidou o simpático Coutinho Teodoro. Entre as Debutantes, representando a alta sociedade italiana Suzana Mainetti, que disse à sociedade carioca que seu desejo era ser artista, adorou o Rio e seu Scott foi o bonitão Pedrinho. Pelos comentários que vimos durante a festa, também uma das Debutantes em foco foi a catarinense Maria Tereza Loyola Colin, beleza suave, que os fotógrafos não pouparam o precioso tempo da jovem que tão bem representou Santa Catarina. Seu Scott foi o acadêmico de medicina Cristóvão Tavares Atherino. Solange Müller Aguiar carioca que pertence a tradicional família catarinense também foi uma das lindas Debutantes que com entusiasmo nos disse representarei o Rio, no Baile Branco do Clube Doze de Agosto. Rosirene de Souza Mallet, com um charme especial conquistou aplausos do mundo elegante que estava na Copa.



Suzana Mainetti, italiana que no Baile Internacional representou a sociedade italiana.

A linda Guendalina Ponti, filha do produtor de cinema italiano, Carlos Ponti, também foi uma das grandes atrações no Baile Internacional.

BOATE Baliao, com a boa música do internacional Sacha, sem dúvida alguma continua sendo o ponto alto das noites do Rio. Lá se vê, gente que é gente, bonita e elegante, sem se falar no carinho

e atenção de Sacha e o maitre Milton.

Na semana passada quem esteve dando um show no Baliao e que foi ovacionada, foi a nossa querida Neide Mariarrosa.

No Rio, ainda muita gente comenta a maravilhosa recepção do elegante casal Nair e Teodócio Atherino quando em seu luxuoso apartamento receberam convidados para um coquetel-sun, além das Embaixatrizes presentes com seus trajes típicos foi uma das mais comentadas presenças nesta noite a elegante senhora Lourdes Catão. Um piano com boa música, prendeu os convidados do casal Atherino, até além madrugada.

Nina Chaves chegando da Europa, este ano pela quinta viagem, disse ao jornalista Aires Fred que a maravilhosa renda presente da Fábrica Hoebeck será para confeccionar o vestido de noiva de sua filha.

Agora no leblon em sua nova casa de moda, que pelo espetacular bom-gosto dispensa comentários, o conceituado costureiro Hugo Rocha, muito bem instalado, na última semana apresentou desfile de modas.

A VOLTA DE MARISA

Foi com amor e todo carinho da gente carioca, a volta de Marisa, a voz suave que é chamada Gata Mansa, Ela, com aquele charme e beleza agora é o Show no smilto simpático Scotch-Bar, ambiente que prende seus abituais até às seis da manhã. Seu proprietário meu particular amigo, é o conhecido homem da noite, Santos, que dispensa todas as atenções aos frequentadores e muito especialmente a imprensa.

Hoje com a total revolta da moda masculina, não há mais homem quadrado, mesmo porque as mulheres não os aceitam. Com isto, podemos dizer o que vimos, nas maravilhosas padronagens em tecidos Bangü, as mais lindas camisas para cavalheiros elegantes. O Rio, está assim. Moda é moda.

COQUETEL FRATELLI

Uma camisa que nos chamou a atenção, foi a maneira como recebeu seus frequentes nos sábados, a loja Fratelli, casa que lança moda masculina no Rio. O milionário Kiki, proprietário da Fratelli, reuniu amigos e circos rotas de Chivas com deliciosos salgadinhos, nhos.

Sábado, estavam lá: Roberto Levy, o cobiceado do posto 6, Paulo Moraes, Luiz Eduardo Mascarenhas, Hugo Lima e Emilio Beretereu. Seu decorador exclusivo J. Nascimento, deixa as vitrines da Fratelli, em perfeito bom gosto.



Senhora Tuli Conrad Lins, uma das senhoras bonitas e elegantes de nosso Estado, é assunto em nossa coluna.

Será no badalado Canção com show de Roberto Carlos, dia 17, o concurso senhorita Rio 1970. Marcia Mendes, na Socia, está dando aulas as candidatas do certame, para a conquista do título.

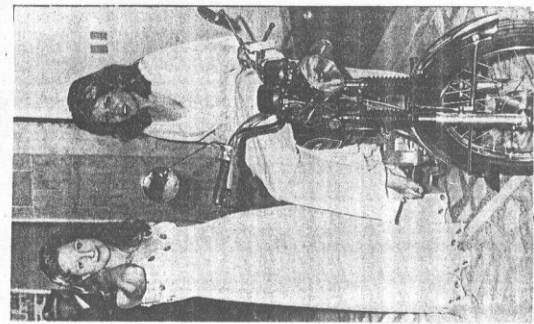
Nino, o restaurante que frequenta o mundo elegante do Rio. Vale a pena lá, só para ver o desfile das deslumbradas. Bem, isto sem se falar no excelente serviço que tem o Nino.

O casal Teixeira e Luiz Daux, antecem em sua residência receberam amigos para um elegante jantar. Era com-morada idade nova do senhor Daux.

JOQUEI — Tudo indica que será ainda este ano, a inauguração das pistas do nosso Jôquei Clube Santa Catarina. O Presidente em exercício Senhor Carlos (Alberto da Nova está em francas atividades.

Denyse Nascimento voltou de sua viagem a São Paulo, já com seu encheval completo. Os comentários são os mais maravilhosos. Seu casamento com o Engenheiro Ricardo Sporniti está marcado para o dia 5 próximo às 20, 30 horas, na Catedral Metropolitana.

PENSAMENTO DO DIA: Para lutar contra a realidade, só dispomos de uma arma: a imaginação.



La Bella Mamma apresentando seus modelos como Maura e Jaundira

tal do IX Encontro das Empresas de Crédito, Investimentos e Financiamento, terá início amanhã, que contará com a presença do Sr. Ministro da Fazenda, Carlos de Carvalho e do Banco Central do Brasil. O Encontro do Brasil dos Diretores de todas as Financieiras do País e de outras autoridades e personalidades ligadas ao Sistema Financeiro Nacional.

A Diretoria do Clube Mampituba, da cidade de Cristiana, sábado, com noite de gala e apresentação de Debütantes, comemorou, quincentário. A festa teve como Patronesse a conceituada jornalista da capital do carvão, sr. Adhemar da Costa (Beverly).

Jantar — A Associação Catarinense de Professores com um jantar no salão de festa do Mário Hotel, comemorou a Semana do Professor. O jantar preparado pelo Mestre Eduardo Rosa, mereceu os melhores elogios dos professores e seus convidados.

O Chefe de Gabinete da Prefeitura de São Paulo e sr. Dr. José de Avila

Do Senhor Waldyr Pedro Del PraNetto, secretário Executivo da Comissão Estadual das Comemorações do Centenário Alberto Santos Dumont, estamos recebendo convite para o encontro amigável às 11.30 horas, no Departamento da Base Aérea de Florianópolis. Na ocasião haverá entrega de Medalhas e Diplomas, a pessoas que prestaram serviços durante as comemorações do Centenário de Alberto Santos Dumont.

Casamento — Maria Theresza Coloco e Celso Cotrim, no altar do Carmo, mor da Capela do menino Deus, da Irmandade Senhor dos Passos, receberam o benção do casamento. Os familiares e amigos fizeram presentes aos noivos e familiares no Clube do Penhasco.

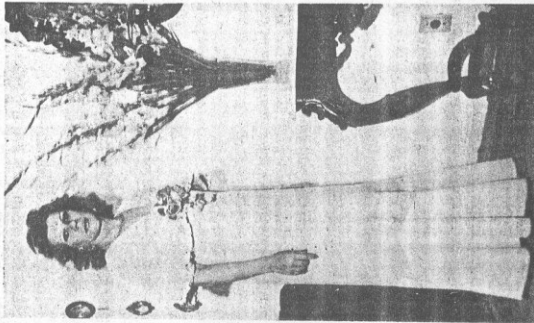
O Banco do Estado de Santa Catarina, na última semana inaugurou mais dois Postos de Serviço, localizados em barra Velha e Massaranduba. Ainda este ano serão inaugurados pelo BESC, o Posto de Serviço em Bom Jardim da Serra.

A realização nesta Capi-

Sra Beverly da Costa, Patronesse da noite de gala do Cinquentário do Mampituba Clube

Barão Siqueira Junior, destacado jornalista da sociedade catarinense, promove em prol da solidariedade beneficente o Baile Internacional no Golden Room do Copacabana Palace. A festa contará com apresentação de Debütantes dos Estados e de filhas de nobres e representando o Brasil. O Baile marcará para dia 23 de novembro próximo, a festa que há 17 anos vem sendo realizada. Santa Catarina será representada pelas lindas jovens Raquel Carolina e Piazza Souza, Tereza Espinheira e Angélica Meirelles Orle.

Livro — Nossos agradecimentos ao escritor, João Alfredo Medeiros Vieira, pelo seu livro "Páginas Faltosas", recentemente lançado.



Zury Machado

Aniversário — Cumprimentamos o Depositado Eregório, no aniversário domingo último. Em Chapecó onde o Bparrado e sua esposa já há alguns dias se encontram, recebem homenagens de amigos.

Clube 6 — Marcado para o próximo sábado no Clube 6 de janeiro, a apresentação do cantor Agnaldo Reyol, em formação da Diretoria, durante a recepção do casamento de sua filha, a Srta. Zury Machado. O noivo é sr. Carlos Alberto Vieira, em sua residência no Rio.

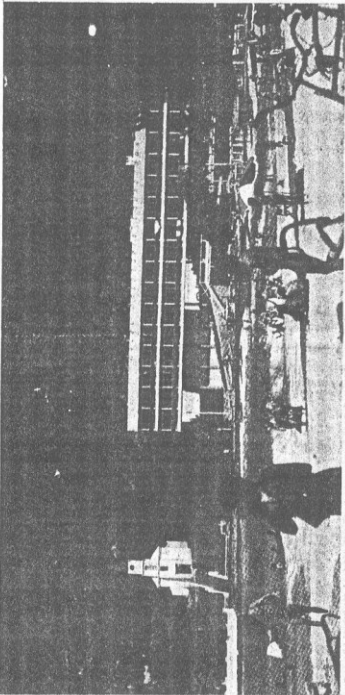
Encontros serão efetuados em São Paulo, em Alegre, Lusa, em São Paulo e São Fidélis, no Rio. Nos estágios nesses três Estados, Santa Catarina estará presente com uma delegação de 16 pessoas, entre técnicos e voluntários.

O professor Emílio Pauli, do Departamento de Filosofia da Universidade Federal de Santa Catarina, fez uma palestra no auditório da Faculdade de Educação, aos alunos e professores da UDESC, so-

bre Filosofia da Arte. A conferência do professor Paulo de Faria, do Plano Conjuntivo de Atividades Culturais executadas pela Universidade para o Desenvolvimento do Estado de Santa Catarina e Conselho Estadual de Cultura.

Amashê comentaremos a noite de gala realizada pela Sociedade de Injilipi, em propriedade dos Hoigs, em Chapecó, durante a viagem a São Paulo. O contratado advogado Omar Nunes, está com excelentes planos para a abertura a temporada verão 74, em seu Hotel Maracumbau.

Hotel Bahadrió
Cabeceiras, também é ponto turístico em Santa Catarina



Destacando-se em 71 por
sua elegância e beleza, elas
formam na sociedade

AS DEZ MAIS DE SANTA CATARINA

Texto de ZURY MACHADO • Fotos de WALTER LUIZ

DAYSY WERNER SALLES

A primeira dama do Estado (E) foi o nome que mais se destacou na sociedade e, por que não dizer, no cenário político. Simples e discreta, perfeita anfitriã, atualmente dedicada às obras beneficentes de Santa Catarina, sempre ao lado do seu esposo, governador Colombo Machado Salles.



ALICINHA SOUZA DAMIANI

Antes não era de bom gosto o trabalho para uma mulher de sociedade. Hoje passou a ser moda, e ela se dedica à decoração há mais de cinco anos. Sua preocupação maior é mesmo a arte, não se falando da vaidade do lar e da felicidade com o seu marido, eng.º Osni Damiani.

CRISTA JENSEN BAUER (D)

Sua discreta elegância dispensa maiores comentários. Casada com o industrial João Herno Bauer, possui invejável residência de campo na cidade de Blumenau, totalmente decorada por ela mesma.



LEDA GAMA D'EÇA MESQUITA

Não cuida somente de sua elegância. É alta funcionária, ao que dedica parte de seu tempo, e, por esta formação, tornou seu nome mais em destaque na sociedade. É esposa do coronel Ary Mesquita, atual presidente do BRDE.



ANITA HOPCKE DA SILVA GRILLO

É conhecida como uma das mulheres mais bonitas da sociedade catarinense, casada com o deputado federal Francisco Grillo. É sempre destaque pela sua classe, simplicidade, beleza e elegância, e dela diz-se: "Como pode a natureza dar tanto a uma só mulher".

LÚCIA D'AQUINO D'AVILA DI VINCENZI

É a mais jovem entre as jovens senhoras da sociedade catari-nense. Realmente vaidosa, mas preocupa-se demais com o seu filho Fernando. Acompanha-da de seu marido, Luiz Fernando Di Vincenzi, viajou para a Europa, residindo oito meses em Roma.



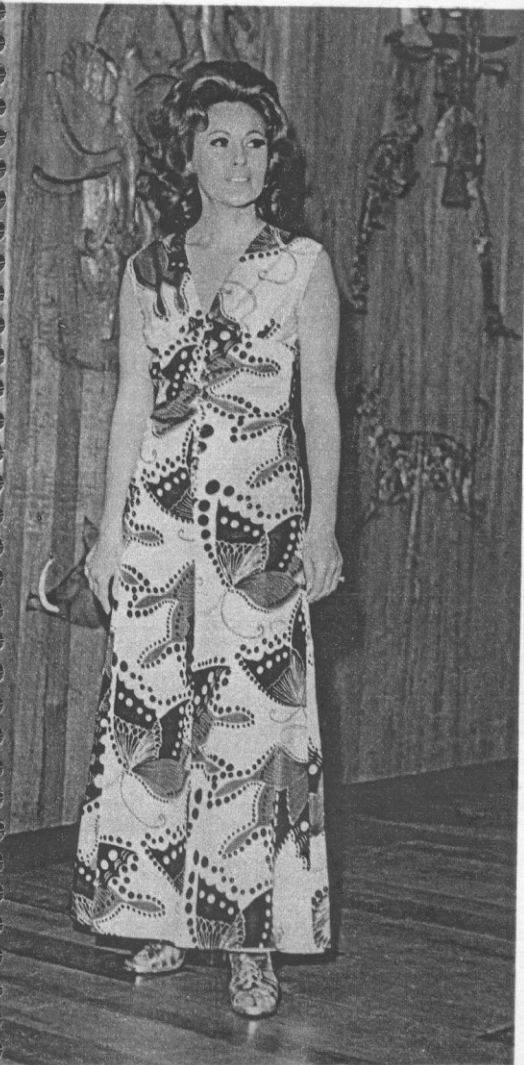
SUELY PEREIRA MALBURG

Sabe escolher o que veste, tendo capacidade para usar com especial charme a atual moda. Suely é esposa do industrial Paulo Malburg e líder na sociedade de Blumenau.



TEREZA MARQUES SOUZA

Com o charme e a elegância que possui, é também perfeita anfitriã. Mulher do engenheiro Hildebrando Marques de Souza, formam na sociedade um casal destacado. Adora o Rio e a temporada em Cabo Frio.

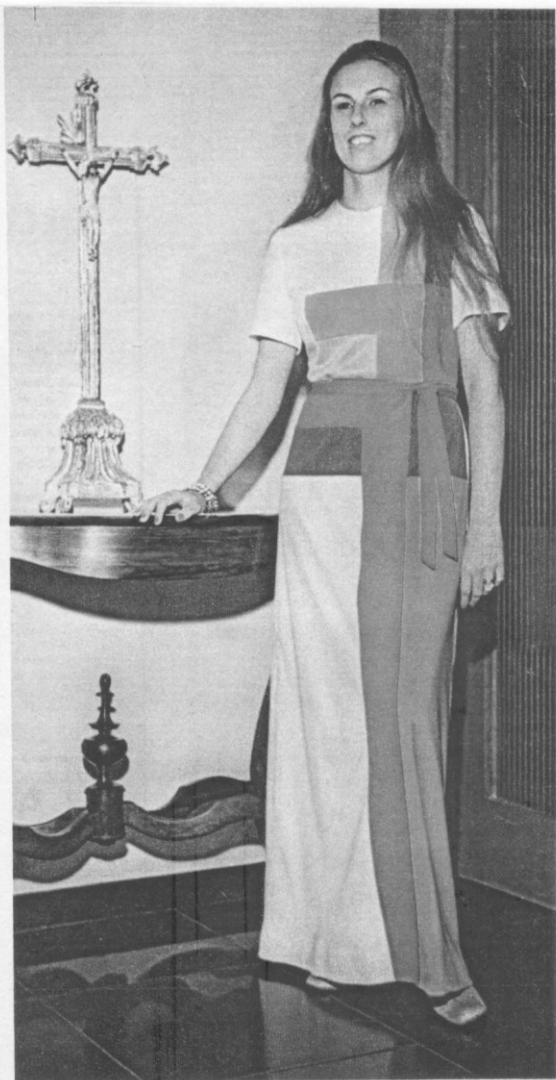


TEREZA RAMOS

Espôsa do prefeito de Lajes, dr. Aureo Vidal Ramos, residem na mesma cidade, ali mantendo uma maravilhosa casa de campo. A simplicidade nela é natural e seu nome nesta seleção constitui absoluto sucesso.

LOURDES HÜLSE

É bonita e muito bem representa o sul do Estado. Reside em Criciúma, sendo a esposa do engenheiro Ruy Hülse. Favorável à nova moda atual.



SILVIA HOEPCKE DA SILVA COMELLI

É simples, calma e dedicada ao lar. Espósa do dr. José Matusalém Comelli, constitui um par comentado em matéria de elegância e bom gosto, na sociedade.



Beautiful People

O ponto de transição entre o colunismo social desenvolvido até o início da década de 70 prioritariamente para o "colunismo sociológico contemporâneo", se dá justamente durante esta década. O artista plástico Geley José Coelho, o "Poninha", chama o injeto desta nova era de "Revolução da Coluna". Por esta expressão fica entendido o início do distanciamento entre o colunismo social

e o tema "Atualmente os colunistas são mais jornalistas", observa

S

EGUNDO CAPÍTULO

"O pessoal gosta das colunas porque hoje porque hoje mudou um pouco, você vê várias coisas ali. É um tipo de 'clipping', um resumo, uma análise, do jornal. A gente para um pouco para o lado mais sociológico mesmo, de movimentos sociais, de que está acontecendo no dia-a-dia, a questão política, a questão econômica da cidade, a questão do esporte, de cinema, de ecologia e o que mais estiver em voga".

Explica Ricardinho, que descreve resumidamente a coluna social atual como uma "mis-clínica, na esquina da própria cidade".

O que interessa aqui é perceber o que fez com que as colunas sociais voltassem seu foco de interesse para o dia-a-dia da cidade. Na realidade, tudo indica que não foi apenas "o que", uma determinada situação sócio-cultural e

Beautiful People

O ponto de transição entre o colonismo social desenvolvido até o início da década de 70 prioritariamente, para o “colonismo sociológico contemporâneo, se dá justamente durante esta década. O artista plástico Gelcy José Coelho, o “Peninha”, chama o início desta nova era de “Revolução da Coluna”. Por esta expressão fica entendido o início do casamento entre o colonismo social e o jornalismo. “Atualmente os colonistas são mais jornalistas”, observa Ricardinho Machado.

“O pessoal gosta das colunas porque hoje porque hoje mudou um pouco, você vê várias coisas ali. É um tipo de ‘clipping’, um resumo, uma súmula do jornal. A gente puxa mais para o lado mais sociológico mesmo, dos movimentos sociais, do que está acontecendo no dia-a-dia, a questão política, a questão econômica da cidade, a questão do esporte, do cinema, da ecologia e o que mais estiver em voga”.

Explica Ricardinho, que descreve resumidamente a coluna social atual como uma “miscelânea, um espelho da própria cidade”.

O que interessa aqui é perceber o que fez com que as colunas sociais voltassem seu foco de interesse para o dia-a-dia da cidade. Na realidade, tudo indica que não foi apenas “o que”, uma determinada situação sócio-cultural e

política que promoveu a tomada deste novo rumo. A presença de um “quem” protagonizando esta transformação foi de essencial importância. Não só a “Revolução da Coluna”, mas a própria expressão “Colunismo Sociológico” foi obra de uma figura que movimentou o cenário cultural, artístico e jornalístico das décadas de 70 e 80. A série de entrevistas realizadas com os atuais colunistas sociais dos três jornais de maior circulação em Florianópolis, resultou em uma única conclusão: De acordo com depoimento os profissionais entrevistados, o desencadeador da transformação temática que alterou o perfil do colunismo social da capital, foi unanimemente, Beto Stodieck. Através de seu trabalho como produtor artístico e cultural, aliado ao colunismo que desenvolvia, Beto deu o passo inicial na inauguração de uma nova fase dentro da história das colunas sociais florianopolitanas.

Uma das questões cruciais da pauta da entrevista respondida pelos colunistas sociais foi a respeito de influências recebidas no início de suas carreiras. Isso porque a característica básica do trabalho desenvolvido pelos profissionais cujas colunas foram observadas durante dois meses, é justamente a diversidade de temas que indica o fator sociológico predominante atualmente. Imprescindível então, identificar o que, ou quem impulsionou a adoção de tal linha temática.

As respostas obtidas não só remetem a uma época de efervescência e inquietude sócio-cultural que não poderia ter passado despercebida, quanto apontam o personagem principal do cenário da “Revolução” em questão: novamente Beto Stodieck. “O Beto foi o Papa do colunismo daqui, é o pai, o grande ídolo. Foi quem mudou a cara e a linguagem do colunismo social de

Santa Catarina,” afirma Cacau Menezes. “O Beto foi o primeiro cara.” Cacau analisa que antes da virada, da mudança de foco temático, o jornalismo carecia de ironia e vivência, servindo a um público muito pequeno. E relembra:

“Tive uma coluna no Jornal de Santa Catarina e nessa época o Beto era o ‘Todo-Poderoso’ aqui. A minha coluna era uma coisa muito devagar perto do que ele fazia, mas eu estava ali ocupando o meu espaço, aprendendo. Aí o Beto saiu do *Estado*, eu já estava treinado e me chamaram para o lugar dele e eu fui, a fim de trabalhar muito. Mas eu fui um que foi aluno dele e aprendi muito.”

Hoje Cacau Menezes é considerado por Peninha, amigo pessoal de Beto como o sucessor deste jornalista. “O Cacau é filho do Beto,” sentencia Peninha. “Na verdade, o Cacau substitui aquilo que era Beto. Ele toma e leva adiante aquele espaço que o Beto tinha, atitude de fazer promoções e tal.”

O jornalista Ricardinho Machado destaca que Beto Stodieck influenciou igualmente aos demais jornalistas sociais desta geração que atua nos veículos de Florianópolis em nossos dias, e observa: “Nós somos erroneamente chamados de jornalistas sociais, porque antigamente era isso. O Beto criou um outro termo que eu aprecio mais: o termo que ele usava era ‘jornalismo sociológico’, que descreve o desenvolvimento de um trabalho mais voltado para o dia-a-dia.”

Este registro das atividades, acontecimentos e até problemas do dia-a-dia era uma espécie de síntese, com a potencialidade de orientar o leitor mesmo que isto se dê através de uma abordagem mais superficial caracterizada pelas notas. Outro atributo das colunas sociais era induzir o público à participação em determinados eventos sociais, em consequência de sua divulgação nestes espaços. Este fato determina a articulação do aspecto serviço social com o aspecto de promoção cultural. Neste ponto, a coluna social começa então a suprir mais genérica e efetivamente as necessidades do leitor.

Por um lado, havia a observação crítica do cotidiano alimentando a consciência social. Por outro, o registro e promoção das expressões culturais locais, que alimentavam a busca pelo prazer. O “columismo sociológico” surgiu para adicionar o aspecto realidade a um exercício antes cotidianamente restrito à rotina de um público pequeno e economicamente privilegiado.

Embora voltada basicamente para os interesses da juventude, a coluna de Beto Stodieck não somente se negava a compactuar com a alienação pela qual esta fase da vida foi estigmatizada, como contrariava espontaneamente através de suas atitudes com este rótulo. O artista plástico Peninha, que conviveu estreitamente com Beto, fazendo parte de seu círculo de amigos, comenta: “Aquele ‘beautiful people’ que parecia uma turma de ‘pôrra lôca’ na verdade não era nada disso”, testemunha. “Era gente que estava preocupada com a situação da nossa expressão cultural e artística e com os rumos da política e da sociedade.”

Talvez por isso, as colunas escritas por Beto Stodieck não desprezassem a crítica e os espetões políticos, sempre inseridos na moldura da ironia que tanto marcou, não apenas o trabalho, mas a personalidade deste colunista. Para Juliana Wosgraus, esta era a faceta mais notória do estilo de Beto. Quando questionada sobre as influências levadas em consideração quando começou a assinar sua própria coluna no Jornal *Diário Catarinense*, Juliana revela: “Olha, a minha paixão era o Beto. Aquele talento para o humor, aquilo que a pessoa nasce tendo ou não. É o que eu invejo e adoraria ter, aquela ironia...”. Juliana Wosgraus compara este estilo com os contemporâneos Arnaldo Jabor, cronista do *Globo* no Rio de Janeiro e o escrachado Zé Simão da *Folha de São Paulo*, e arremata: “O Beto não necessariamente seria sucesso só aqui, mas com o dom literário e aquela veia humorística, em qualquer lugar do Brasil faria sucesso. Era aquele estilo.”

A colunista registra ainda, que no panorama nacional, quem introduziu a linguagem despojada, irônica e crítica no colunismo social foi o carioca Zózimo Barroso do Amaral. A opinião de Juliana Wosgraus é compartilhada pelo colega de trabalho Cacau Menezes: “Isso o Beto trouxe do Rio. Na época dele já tínhamos o Zózimo, o Tarso de Castro, colunista da *Folha de São Paulo* que também era considerado irreverente, maldito, de uma inteligência extraordinária.”

Da mesma maneira que a ditadura ainda assombrava o “colunismo sociológico” e a expressão de uma postura mais jornalística por parte dos colunistas, ela alimentava a crescente ironia e a crítica integrantes da

imprensa nacional. Cada vez mais era preciso inovar para garantir a opinião e a contestação.

A repressão deixou heranças valiosas do ponto de vista cultural, que contribuíram para o estabelecimento do columnismo jornalístico mais despojado. Veículos como o debochado “O Pasquim” do Rio de Janeiro são filhos da ditadura e sua produção revelou personagens consagrados pela imprensa brasileira. Milôr Fernandes, Tarso de Castro, Chico Caruso e Paulo Francis usaram o humor e o deboche como arma contra a perseguição do regime militar. “O Pasquim era totalmente atípico e formado pela nata dos profissionais,” analisa Cacau Menezes, que dá o exemplo do reflexo que este veículo ainda projeta na atualidade, o que indica a continuidade e a permanência da crítica debochada, mesmo sem o fantasma da repressão: “A turma do ‘Casseta e Planeta’ representa hoje na mídia eletrônica o que o Pasquim representava na mídia impressa”, compara. “O Beto então teve toda essa bagagem porque teve como mestres esses caras todos.”

Mesmo atuando há mais de uma década do final da ditadura e da repressão militar em relação à imprensa, esta ainda não era uma época de facilidade no que concerne erguer a bandeira da liberdade de expressão na mídia. Alguns processos antecederam à cassação da coluna de Beto Stodieck no *Jornal de Santa Catarina*, o que lhe rendeu a fama e o apelido de língua ferina no meio jornalístico. Este acidente de percurso, contudo, não o calou por muito tempo. Logo em seguida, Beto foi escrever para o *Jornal O Estado*, onde permaneceu até seu falecimento em 1990. “Ele sempre sofreu muito quando tocava em política, era perseguido porque as pessoas temiam a

opinião dele”, lembra o amigo Peninha. “A coluna dele era de tremer: ou você seria elogiado ou seria eliminado”

A crítica política e social não se restringia à sua página no jornal. Como produtor cultural, um exemplo significativo foi a realização da peça teatral “Sedimentação Movediça da Sociedade”, realizada em 1972, que como o próprio título sugere, esbanja ousadia para a época, fase em que a liberdade de expressão ainda engatinhava. Beto Stodieck não apenas produziu, como destacou a realização do espetáculo em sua coluna. Os quarenta atores, todos estudantes universitários e demais envolvidos puderam testemunhar e usufruir do retorno que, àquela altura, uma nota na coluna de Beto Stodieck significava. Debates foram organizados para discutir a peça teatral e o sucesso de público era a evidência de que o “beautiful people” estava conseguindo dar o seu recado para a sociedade. “Para um acontecimento artístico, sair na coluna do Beto era a consagração”, conta Peninha, autor da peça. “Aquilo provocava uma lotação enorme no teatro. Pela coluna é que as pessoas se orientavam para saber o que havia de melhor na cidade, era o termômetro.”

STÚDIO A2: Reservado para “Happenings”

“D e todas as extravagâncias do Beto, uma das coisas mais importantes foi a criação da galeria de arte Estúdio A2 em 70, avalia Peninha, que na condição de artista plástico local e amigo próximo de Beto Stodieck diz ter sido muito beneficiado com a abertura da galeria.

Estúdio A2 não era um local onde os trabalhos de artistas da região de Florianópolis “simplesmente expunham suas obras. A cada exposição anunciada, os organizadores realizavam reuniões com dias de antecedência, onde era decidido quais trajes, ou melhor fantasias, seriam utilizadas por eles na noite de lançamento da *vernissage*. Havia toda uma preparação teatral para apresentar as obras de acordo com o tema trabalhado pelo autor.

A prioridade do Estúdio A2 era a divulgação da arte local, desde que fosse identificada com o espírito vanguardista da “beautiful people”. Peninha relembra: “A ebulição cultural da Ilha estava em torno do Estúdio A2. Qualquer coisa moderna produzida pelos artistas da região que se destacavam e que a “elite cultural” e a alta sociedade rejeitava, o Beto apresentava.” Tal como aconteceu com a peça teatral “Sedimentação Movediça da Sociedade”, os artistas que expunham suas obras na galeria criada por Stodieck tinham seu nome divulgado e, conseqüentemente, o reconhecimento de seu trabalho

era impulsionado. Isto aconteceu com artistas ilhéus como Valdir Agostinho, que mais tarde veio a consolidar-se prioritariamente como músico, apesar de até nossos dias ser o próprio criador do figurino e do cenário de seus shows; e Franklyn Cascaes, que teve com sua primeira exposição, realizada no Estúdio A2, o passo inicial para tornar-se a figura expressiva que veio a ser, fazendo parte do cenário histórico-cultural florianopolitano definitivamente.

Teve no Kioski

O caso de Cascaes foi talvez o mais expressivo exemplo, tanto no que diz respeito à influência de produtor cultural de Beto Stodieck, quanto no potencial promocional da poderosa vitrine na qual veio a consolidar-se o Estúdio A2. O próprio Peninha, especialista e estudioso da obra de Franklyn Cascaes, relata o episódio:

“Eu sabia que Franklyn Cascaes era um artista que estava documentando as tradições populares. A ‘elite cultural’ rejeitava esse trabalho porque Cacaes não tinha passado por nenhuma academia. Ele era um auto-didata. Eu tinha ficado fascinado com as histórias que acabo descobrindo, lendas e mitos. Eu sabia que tudo o que aparecia no Estúdio A2 ganhava um significado cultural enorme, mas olha, era uma galeria comercial e tinha toda uma estrutura para sustentar. Quando eu descobro a história de Cascaes, eu vou ao encontro do Beto propor uma exposição desse artista na galeria. Afinal, ele tinha sido sempre tão marginalizado e rejeitado... Quem sabe a galeria pudesse mostrar? O Beto aceitou a proposta na hora! Fechou a galeria um mês sem cobrar e fez uma exposição sobre as lendas da Ilha com os desenhos de Cascaes. Foi uma coisa fabulosa porque naquele momento as pessoas começaram a considerar um novo olhar

sobre a obra de Cascaes. Tanto que essa exposição abriu caminho para o que seria mais tarde o trabalho mais notório dele feito de presente para a comunidade: O presépio da Figueira da Praça XV.”

Te vejo no Kioski

Todos os personagens que participavam das apresentações teatrais e demais produções do Estúdio A2, formavam um grupo coeso que girava em torno de beto Stodieck. O produtor cultural Luís Paulo Peixoto, companheiro de Beto, era quem dividia com ele a administração da galeria. Faziam ainda parte deste grupo, personagens representativos na sociedade desta época, como o médico Rômulo Coutinho de Azevedo, introdutor da acupuntura no sul do Brasil. Rômulo ficou famoso por suas aulas de história para vestibulandos, que devido a grande disputa de participação, tinham que ser ministradas em estádios esportivos. Uma característica marcante do estilo de vida de Rômulo era ser um irrequieto cosmopolita, cujo círculo de amigos incluía grandes ídolos da música nacional, como Caetano Veloso, Gilberto Gli e Gal Costa, que em virtude disso costumavam visitar a Ilha. Rômulo Coutinho morreu em 1979, vítima de uma queda de avião.

Outras figuras que formavam o “beautiful people” e que até hoje exercem atividades artísticas ou jornalísticas em Florianópolis são os

colunistas Juliana Wosgraus e Cacau Menezes, o escritor Raul Caldas Filho, o pintor Rodrigo de Haro e os artistas plásticos Lindolf Bell, Max Moura e Uri Azevedo.

Essa “beautiful people” tinha um ponto de encontro na cidade, lugar onde por vários anos algumas, se não todas as figuras acima citadas poderiam ser encontradas quase que diariamente. Este local era o Kioski, localizado numa pracinha no final da Avenida Trompowski, onde hoje funciona uma floricultura. “Aquela reunião da juventude não era uma coisa de mero prazer,” relembra novamente Peninha, “ Era um lugar de debate, onde as pessoas iam porque eram discutidas situações e defesa de questões, críticas, sugestões. Era onde a juventude se expressava.”

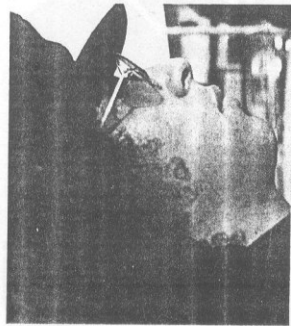
Cacau Menezes, freqüentador do Kioski, confirma com seu depoimento a faceta peculiar do local, que poderia ser identificado como o “Q.G”. de uma determinada turma de amigos envolvidos em produções culturais da cidade: “A minha maneira de viver, de encarar o mundo, as coisas que eu gostava, os meus amigos, a convivência com Beto Stodieck e a turma do Kioski...” são fatores da sua juventude que Cacau acredita terem-no levado ao envolvimento com produções de festivais que costumava organizar na época. Como exemplo, pode ser citado o evento *Rock, Surfe e Brotos*, que mais tarde teve até um jornalzinho próprio. “Foi um trabalho bem feito para a época. Legal, diferente, revolucionário. Era aquela coisa de colocar gente cabeluda de prancha, a gente fazia posters de gatinhas de “top less”, tinha textos do Beto Stodieck, do Rômulo, também falava de música...”.

Ricardinho

M A C H A D O

Cenas do passado

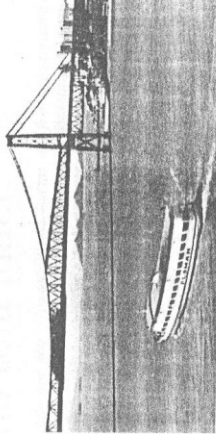
Há 20 anos, quando Fioripa podia estar na fooca em pleno verão, quando passávamos pela ponte Hercílio Luz a pé em domingos de sol claro e namorávamos na Beira-mar Norte, quando se produzia festas no "Flomar" — primeiro barco de passeios a navegar nas águas das baías. Época em que o Tritão era o bar da moda e depois todos dançavam na "Capelinha", em Coqueiros, quando a música "Eu quero é botar o meu bloco na rua..." animava o pré-Carnaval no Penhasco e o grupo "Os Três do Rio" faziam a melhor festa do Momo no Clube Dore. A ditadura ainda reinava no País e a resistência pulsava no meu sangue rebelde e universitário, quando bebíamos cervejas com Rauli Caddas, Murilo Pirajá e Sidney Lenzi, quando a praticinha do Kioski fervilhava de gente colorida Junjando maconha e pregando a liberdade. Ouvíamos Luiz Henrique, Tuca e Deto no restaurante Tubuluzo, quando brincávamos de fugir do delegado Eliú que prendeu Gil, quando íamos as irreverências do colunista Beto Stodtkeck, soltávamos as pipas do Pezoto e escutávamos os conselhos de mestre do Rômulo Coutinho. Isso tudo, quando o gosto do juventude nos lambuzava de besteiras, veio à mente vindo os arques do Beto e do Aldirio Simões. Relembrar é preciso, faz parte da história.



Encarnado em Beatles e Stones, Cacau Meneses comandava o som na rádio A Verdade



COSTÃO DO SANTINHO
O Melhor das Quatro Estações
Central de Reservas: (048) 361.1234
Call Free: (0800) 16-1000



O velho "Flomar" navegava pelas noites em orgias boêmias sob a transitável ponte quase centenária



O arleão Max Moura, depois de morar em Sampa, voltou pintando o sete



Com pinta de galã, Cláudio Avílio sentou na cadeira de prefeito e abriu as portas para a juventude

Rosa & Lajo

Moda Infante Juvenil

Shopping Cristal Fashion Center
Rua Vidal Ramos, 11 - Loja 5 - Centro - Florianópolis
Fone: (048) 224-8220



Beto Stodtkeck apresentou Gilberto Gil ao então deputado estadual Luiz Henrique da Silveira, até hoje amigo do cantor baiano



Em 1975, no Tritão, o cantor Pardal assinava o manifesto pela reconstrução do Miramar, ao som do gaiteiro Krüger, tendo como testemunhas Aldirio Simões, Trep-Trepa, Nezinho, Haroldo Pessi e Gerson Bortoluzzi

Ricardinho

M A C H A D O

“Saúde não tem idade”

Verdade. Dia desses uma garota que não “pegou” a turma do Kioski, disse que adorava ver essas fotos que vem sendo publicadas aos domingos. A idéia é manter a publicação dessas imagens até o lançamento do livro do jornalista Beto Stodiek, já no prelo, como uma forma de homenagear um velho amigo que se foi. Com a inauguração do pub “Studio A/2”, nome da galeria do Beto, lembrei-me, ao som dos Stones



COSTIÃO DO SANTINHO
O Melhor das Quatro Estações
Genial de Reservas: (048) 234-11334
Toll Free: (0800) 48-1000

“puxado” pelo Cacau, das festas louquíssimas que se transformavam os vermissagens, seus personagens e suas plásticas. Tipos que Clícia e Omar fazem hoje muito bem e que todos verão através de um programa que estreia terça-feira, no canal 20 da TV a cabo. Volta às fotos que me empolgam a fazer a coluna dominiquera, sabendo que tal qual a jovem, os quarentões também sentem que “saúde não tem idade”.



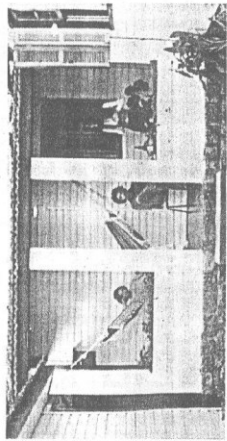
Luiz Paulo Peixoto, com seu amigo Enio, agitou a cultura e o folclore da Ilha



Médico e introdutor da apunicultura no Sul do Brasil, Rômulo Coutinho de Azevedo, com os amigos Marcos Bayer e Ilário Scheidtmantel atentos a detalhes da vida



Jornalista Beto Stodiek e seu confrade do “mais antigo”, colunista Miro



Na casa dos Lueneberg, na praia das Palmeiras, Uri Azevedo, Tero Cavallazzi e Malu contemplavam o pôr-do-sol

Rosa Lago

Moda Infante Juvenil

Shopping Cristal Fashion Center
Rua Vidal Ramos, 11 – Loja 5 – Centro – Florianópolis
Fone: (048) 224-6220



Ika Gevard e Rodrigo de Haro assistem a matriculação dos de Haro prestar junto à imprensa pelo fechamento do Country Clube



Renato, Jôris, Alemão, Fulvio, Gêa, Lúcia e Denise em frente ao “Studio A/2”, onde hoje funciona o restaurante japonês, o Sushimasa, do Beira-mar Norte

Ricardinho

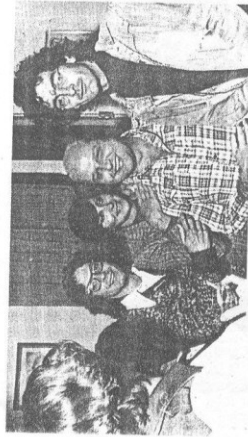
M A C H A D O

Palhastock — um festival marcante

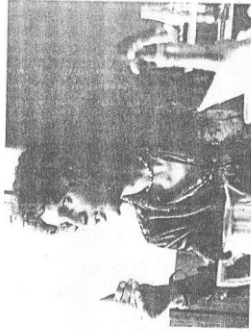
No início da década de 70, três jovens de São José e Palhoça, Baldeirinho, Alemão e Jacob, idealizaram um festival de música inspirados no Woodstock. Num campo de futebol de Palhoça, o rock and roll rolou por três dias emaranhado na fumaça da marijuana. Três dias de paz e amor com milhares de jovens deitados pelas gramas. Beto Stoitzeck os fatos da época.



COSTÃO DO SANTINHO
O Melhor das Quatro Estações
Caminho das Reservas: 04-01241-1224
toll free: 0800-48-1900



E pelas noites da ilha, Ury Azevedo, Rose Piratá, Beto Stoitzeck e Rômulo Coutinho davam o ar de suas graças



Amigo da ilha, Caetano Veloso causou fúria em fãs e simpatizantes pela cidade com o Beto



E o cirurgião plástico Chantico do Valle Pereira, com a mulher, lançou o modelo pantalonista listrada



No Palhastock, Angela Filomeno, hoje proprietária da boutique Corpo e Alma, com os amigos escutava o som das Almondéguas

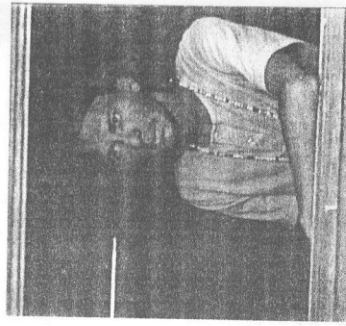
Rosa & Lajo

Moda Infância Juvenil

Shopping Cristal Fashion Center
Rua Vidal Ramos, 11 — Loja 5 — Centro — Florianópolis
Fone: (048) 224-6220



Ito Luememberg, como um índio guerreiro, descobriu o caminho das pedras



Artista plástico e crítico de arte, Jayro Schmidt criou os primeiros traços

Ricardinho

M A C H A D O

MONTE HERCULÃO LITE
 VISA
 Você usa e ajuda a preservar a Ponte.
0800-48.07.77

COSTÃO DO SANTINHO
 O Melhor das Quatro Estações
 Central de Reservas: (048) 251-1234
 Toll free: (0800) 16-1000

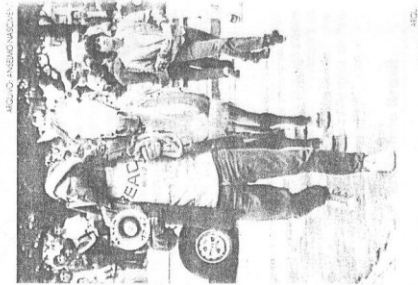
O tempo voa e a memória escoa

O importante é sabermos que a Seixas Neto, por exemplo) e uma geração memória neste País mora tão longe universitária começava a chegar em segmentos sócio-econômicos importantes ao vezes, seu endereço. Daí a luta de muitos ponto de influenciar no politicamente correto já que vivíamos um período ditatorial. Florida deu o primeiro passo para a desrocada da ditadura militar com o episódio intitulado "novembrada". De lá pra cá a capital catarinense parece ter se iniciado numa modelagem adulta e promissora perante o País. E talvez, quem sabe, possamos puxar na memória a história de nossa gente e do "pedacinho de terra perdido no mar", para "armarmos, com orgulho e fé, a terra em que nascemos", como arristas-pensadores (Franklin Cascaes e

Rosa Laço

Moda Infância Juvenil

Shopping Cristal Fashion Center
 Rua Vidal Ramos, 11 - Loja 5 - Centro - Florianópolis
 Fone: (048) 224-6220



O verdelenga Becco Vieira fazia sua campanha alegrement, puxando seu cavalo em plena praça 15



E Caetano Veloso faz cara feia quando viu o Gil ser preso pelo delegado Eli



Bea Porto e Iry Azevedo, em meio a uma tribo no Calçadão, entregando o 'jib' da lha - o Jornal do Meio



Repórter Valter Souza disse para Figueiredo que também era tricolor, mas logo depois o general-presidente ficou rubro de raiva levando seppapos no Calçadão



O então deputado Francisco Küster levando porrada da PM comandada por dirigentes políticos - hoje seus aliados



Jornalista Beito Stodiek trocando ideias culturais com o ex-governador Pedro Ivo Campos e Glória Menezes

Ricardinho

M A C H A D O



COSTÃO DO SANTINHO
O Melhor das Quatro Estações
Central de Reservas: (048) 351-1234
Toll Free: (800) 18-1000

Guga pra governador

Tinha certeza de que Guga seria campeão. Certeza e fé, digamos assim. Tanto é que já citava Guga como "vitorioso em Roland Garros". Importante isso? Claro que sim. Não por mim, mas pela falta de um exemplo nacional para nossa juventude. E, por bem, esse vem do segmento esportivo. Lá que os políticos pouco ensinam às futuras gerações o discernimento de vida pública, que tentamos em Guga Kientaram. De um saque néles, Guga! Concorren um espelho para empolgar, influenciar e instigar o sucesso por vias claras, limpas e Guga pra governador.

NO AR

- ◆ A data de hoje, Dia dos Namorados, é pra não se esquecer. Afinal, perder o gostinho do namoro é o mesmo que não perceber o cheiro do amor. Lalalalá! Já love's Carn...
- ◆ Ao estilo "Mamonas", o grupo "Virgulianas" vai invadir a Ilha com muita alegria no próximo dia 28. Promoção é do Paula Ramos Esporte Clube que entra em nova era buscando trazer a juventude para suas dependências.
- ◆ A Associação das Poussadas de Florianópolis, com sede em Canasvieiras, já tem sua primeira diretoria. Seu presidente, Avilson Conclúcio Lima tem como objetivo ajudar a promover Florianópolis e suas inúmeras poussadas.
- ◆ Festa/juina do colégio Memmo Jesus reuniu muitas famílias tradicionais de Florianópolis, Norberto Ungretieri Júnior, com toda a família, usando camisa de sua candidatura ao Clube Doze de Agosto, marcou presença.

Rosa & Lajo

Moda Infante Juvenil

Shopping Cristal Fashion Center
Rua Vidal Ramos, 11 - Loja 5 - Centro - Florianópolis
Fone: (048) 224-6220

◆ Integração

Cineasta Zecca Nunes Pires e a teatrológa Carmen Fossari representaram a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) nas "Primeiras Jornadas de Integração e Produção Cultural" em Rosário, Argentina. Além de participar dos debates, os dois ilhéus lideraram um abaixo-assinado pela manutenção da universidade pública, em solidariedade aos alunos argentinos.

◆ Doze

Diretoria do Clube Doze de Agosto apresenta amanhã suas debilitantes e sua madrinha Nada de superação para presidente Valdemiro da Silveira que vê sua candidatura deletada do "terminado e branco" presencendo a cada dia com novos adesões, inclusive com ex-adeptos do Paulão, que retirou sua candidatura oficialmente.

◆ S.O.S

Já são mais de 5.800 clientes em todo o Estado catarinense associados a "S.O.S. — Trânsito 24 Horas". Com serviços que incluem troca de pneus, mecânica ou até abertura de carros trancados, a "S.O.S.", leia-se Sidney Pacheco Júnior, está regionalizando, digamos assim, o que faz o Touring em nível nacional.

◆ Oportunidade

O que tem de gente precisando de consultoria de marketing não está no gôbi. Principalmente no âmbito Executivo e Legislativo. A Associação dos Dirigentes de Vendas do Brasil (ADVB/SC) oferece a oportunidade, em um jantar-palestra hoje, na Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina (Fisc), de ouvir a maior autoridade brasileira, o marqueteiro Richard Richers. O autor do livro "Surfando nas Ondas do Mercado", deve levar muita gente que anda "apagada" dos mares políticos e sociais do Estado.



Em foco

Ury Azevedo, Rômulo Coutinho de Azevedo, Matu Luemberg, Belo Stodjeck e Denize Richard na fantástica década de 70

Ricardinho

M A C H A D O

Relembrar é viver

Inúmeros amigos e leitores da coluna *álbums de família*. Uma coluna assim, manifestaram interesse em reviver os tempos de ouro através de fotografias antigas que busquei nos arquivos do falecido jornalista Beto Stodiek. Em função da curiosidade e do prazer de rever amigos em imagens de décadas passadas, volto a apresentar algumas cenas fotográficas de tempos que não ria repetir. Relembramos então... pois voltam mais, a não ser na memória e nos relembrar é viver.



COSTÃO DO SANTINHO
O Melhor das Quatro Estações
Central de Reservas: (048) 261-1234
Toll free: (0800) 48-7000



O atual desembargador Carlos Alberto Silveira Lenzi, com sua afilhada debutante, Zu Correia, no outrora elegante Country Clube



No vernissage do Studio A2, jornalista Beto Stodiek, Kika Simão e Lindolf Bell... um trio inteligente, atuante, contagiante e elegante



Singela e com os belos olhos vidrados na paquera, Luciana Bastos era frisson na beate do Clube Doze



Empresário, gourmet e político, Paulo Kander, Barnhausen, com a esposa Lili, em cerimônia de batismo



Nos gramados do Scarpelli, no ritmo de campeonato nacional, Julinho Camargo (último em pé à direita), Comissão e Jair Silva (últimos agachados) treinavam com o time oficial do Figueira

Rosa & Lajo

Moda Infante Juvenil

Shopping Cristal Fashion Center
Rua Vidal Ramos, 11 - Loja 5 - Centro - Florianópolis
Fone: (048) 224-6220

Bem-Vindos aos dias de hoje

No início deste estudo, pudemos ter uma breve noção de como o colonialismo social era exercido pelos primeiros profissionais e registrarem a vida social de Florianópolis. Desde então, a atividade veio adquirindo novas nuances, partindo por significativas transformações nas décadas de 70 e 80. Este período é conhecido como "colunismo sociológico", descrito na atualidade não só em Santa Catarina, mas em todo Brasil, porque desde então consolidou-se o direito à liberdade de expressão, que em nossos dias é garantido e indiscutível. Segundo a isto está o fato de que a velocidade e a quantidade de informação os quais estão aumentando a cada segundo. É necessário que a transmissão aconteça de forma mais eficaz. Contribuir para o acompanhamento desta velocidade é reparar este fenômeno de forma variada e criativa.

Analisaremos a partir de agora o papel da imprensa das "cidades estelares", seu conteúdo, as fontes que se sustentam, as condições de produção que se produzem sobre a atividade que exercem e a conexão do mesmo com as demais esferas dos veículos. Já que como nenhuma outra obra jornalística apresenta tantos aspectos subjetivos complexos como as relações, comentaremos também as relações de troca e poder, ofertas e necessidades, que sempre esigmatizaram esta área do meio jornalístico: autoridade, privacidade, vaidade e ego alheios; o conceito de "bem

Bem-Vindos aos dias de hoje

No início deste estudo, pudemos ter uma breve noção de como o colonismo social era exercido pelos primeiros profissionais a registrarem a vida social de Florianópolis. Desde então, a atividade veio adquirindo novas nuances, partindo por significativas transformações nas décadas de 70 e 80. Este período pode ser considerado como o ponto de transição rumo ao “colonismo sociológico desenvolvido na atualidade não só em Santa Catarina, mas em todo Brasil. Isto porque desde então, consolidou-se o direito à liberdade de expressão, que em nossos dias é garantido e indiscutível. Aliado a isto está o fato de que a velocidade e a quantidade de informação na mídia estão aumentando a cada segundo. É necessário que a transmissão acompanhe tal ritmo e a forma mais eficaz de contribuir para o acompanhamento desta velocidade é repassar esta informação de forma variada e compacta.

Analisaremos a partir de agora o porquê da importância das “colunas sociológicas”, seu conteúdo, as fontes que as sustentam, as opiniões dos profissionais que as produzem sobre a atividade que exercem e a conexão do colonismo com as demais editorias dos veículos. Já que como nenhuma outra área jornalística apresenta tantos aspectos subjetivos complexos como os seguintes, comentaremos também: as relações de troca e poder, ofertas e retribuições, que sempre estigmatizaram esta área do meio jornalístico; intimidade, privacidade, vaidade e ego alheios; o conceito de “bom

relacionamento” e o acesso social facilitado aos colunistas, entre outras experiências pessoais do profissional em questão.

O relações públicas da *RBS*, Antônio Cabreira, afirmou em uma recente palestra que uma nota na coluna de Cacau Menezes tem mais repercussão do que uma chamada de capa do *Diário Catarinense*. Este forte poder de abrangência da coluna é uma característica em comum com os outros estados, principalmente naqueles onde são veiculados os maiores jornais do país. Fora de Santa Catarina, todos os grandes jornais do eixo Rio-São Paulo têm colunismo. A colunista Danuza escreve para o *Jornal do Brasil*, Zózimo escreve para o *Globo* e Joyce Pasowich para a *Folha de São Paulo*. O maior jornal do Paraná, a *Gazeta do Povo*, tem a coluna do Giba 1, que ocupa duas páginas. Em todos os casos, a amplitude de repercussão das colunas alcançou, ao longo dos anos, proporções seriamente significativas.

O colunista Urbano Salles do *Jornal O Estado* atesta a qualidade do colunismo social desenvolvido no Brasil:

“Tenho certeza que a qualidade existe. A maioria dos grandes jornais hoje têm boas colunas. Eu digo no Rio, SP e Brasília, que são lugares que eu já acompanhei. Então eu acho que estamos bem nessa área. Só em Porto Alegre é que não tem colunismo, é curioso isso.”

Na realidade, entre outros da cidade, o jornal *Zero Hora* de Porto Alegre tem um colunista social, Gasparotto. Tendo como parâmetro a quantidade de colunistas sociais no jornais ilhéus de grande circulação, é

realmente muito pouco. O publicitário gaúcho Paulo Satt, diretor de criação da *Competence Comunicação e Marketing*, faz o seguinte comentário:

“A coluna social faz parte da cultura do catarinense. Tanto que o que me chamou atenção quando eu comecei a observar os veículos de Florianópolis é que só o *Jornal O Estado* tem três colunistas diariamente, o *Diário Catarinense* tem dois colunistas e *A Notícia* tem três,” contabiliza. “A *Zero Hora* tem um colunismo”.

Esta observação é de grande relevância quanto ao fator cultural catarinense anteriormente mencionado, já que deve ser considerado que o *Diário Catarinense* e a *Zero Hora* são veículos que pertencem ao mesmo grupo empresarial, com formatos semelhantes no que diz respeito à linha editorial.

Além da grande quantidade de profissionais atuando no mercado florianopolitano, Urbano Salles faz mais uma observação: “Aqui em Florianópolis, os colunistas têm uma importância que não têm em outras capitais,” e completa, “Tanto a quantidade quanto a qualidade em Santa Catarina estão acima da média, mas eu não sei como explicar esse fenômeno.”

Para reforçar esta constatação podemos retomar a afirmação de Antônio Cabreira, ou ainda tomar um novo exemplo para ilustrar esta situação. Tomemos o caso da chegada do publicitário Paulo Satt e das estratégias de estabelecimento da *Competence* no mercado catarinense. Ao

contratar uma assessoria de imprensa para divulgar a expansão da empresa para Santa Catarina, o publicitário foi enfático ao informar aos jornalistas responsáveis que não queria que o nome da agência fosse trabalhado em colunas sociais. Mesmo diante das tentativas de persuasão dos assessores para que reconsiderasse essa exigência número um, devido à importância do espaço que estava sendo dispensado em termos de abrangência de público, Satt manteve a decisão. Porém, não por muito tempo. O próprio empresário revela a razão pela qual resolveu concordar com seus assessores de imprensa:

“As pessoas com as quais eu estava me relacionando em Florianópolis citavam demais situações que tinham saído em coluna social. As colunas aqui têm a apresentação de uma área empresarial, isso aí que me chamou atenção. Tanto é que eu comecei a privilegiar notícias para colonistas e comecei a ter uma super repercussão. Objetivamente um retorno, as pessoas começaram a comentar: ‘Ah, eu fiquei sabendo do teu trabalho, o que está acontecendo. Que legal o trabalho de vocês com tal cliente...’ E a notícia estava saindo só em coluna social.”

Paulo Satt acrescenta que chegou à conclusão de autorizar o trabalho dos assessores de imprensa em parceria com as colunas sociais, após a realização de uma observação sistemática do conteúdo divulgado nestes espaços: “Comecei a perceber que se falava muito do lado empresarial nas colunas.”

Em comparação com os veículos do Rio Grande do Sul, Satt afirma que naquele estado, a sua empresa utiliza as colunas especificamente

empresariais ou econômicas. “Lá os jornais dedicam mais espaço para as colunas especializadas em economia empresarial. Aqui eu não encontro tanto. Em Santa Catarina, são os Cadernos de Economia semanais que dão mais esse tratamento.”

Este fator de característica editorial dos veículos locais aliado ao fator cultural do catarinense, contribui para o sucesso de repercussão da coluna social neste estado. As observações do publicitário gaúcho em relação ao aspecto cultural do público leitor de Santa Catarina, reforçam as análises feitas pelos próprios profissionais do estado sobre a importância de tal espaço, bem como de seus produtores no meio jornalístico. “As pessoas aqui dão mais vazão à leitura de uma coluna social e esta por sua vez cumpre o lado empresarial, talvez mais do que a coluna empresarial propriamente dita”, analisa Satt, e exemplifica;

“Tanto que a coluna Balanço (extinta coluna econômica do DC) caiu. Se ela tivesse a repercussão desejada, isso não aconteceria. Ler coluna social é uma coisa bem cultural, é um fator de comunicação muito forte entre as pessoas aqui. Existe uma característica em Santa Catarina que me chama muito a atenção. Em Florianópolis e em Blumenau é muito semelhante, em Joinville é muito semelhante esta situação. Já no sul do estado nem tanto porque a região não tem jornais muito representativos.”

Colunismo Miscelânea

Estes novos valores que passaram a compor os elementos de sucesso na repercussão das notas sociais, surgiram como consequência de uma radical transformação temática no conteúdo nelas trabalhado. O colunista Ricardinho Machado faz a seguinte comparação entre a produção de colunas antes e depois desta transformação, já que antes os parâmetros de pauta do material veiculado em colunas sociais consideravam outros aspectos.

“A diferença fundamental nas colunas foi a questão de deixar de ser social para ser ‘sociológica’. Isso foi a diferença fundamental. Ninguém inicia uma coluna hoje para fazer o que se fazia antigamente, entende? Eu acho que a tendência daquele colunista social sem informação e opinião própria de quem escreve não se cria mais. Vão permanecer os que estão aí. E que permaneçam por longos anos, mas não se inicia uma coluna hoje para fazer o que se fazia há 20 anos atrás. A diferença fundamental do colunismo de hoje é que ele se tornou ‘sociológico’. Nesse momento que se dá essa ruptura, que sai desse colunismo ‘antigo’ e vem para esse ‘colunismo sociológico’. Por exemplo, as grandes denúncias iniciaram nas colunas e depois se tornaram pauta para matéria de corpo do jornal.”

Esta análise feita por Ricardinho proporciona dois pontos interessantes de discussão. O primeiro, sobre como acontece essa transformação do colunismo social para o “colunismo sociológico”. O que, exatamente, mudou em termos de conteúdo? Outra questão, conseqüente da maior abrangência e maior diferenciação de público atingido pela coluna social, é a capacidade mais acentuada de repercussão.

Do aspecto temático, a coluna atualmente tende a priorizar aquela informação que possua um interesse mais geral possível, ao contrário do que acontecia no início da atividade, quando o espaço social dos veículos supria majoritariamente a comunicação entre os membros da elite social, comentando suas atividades e expondo invariavelmente os personagens deste universo. Para Juliana Wosgraus, o fator diversificação temática trabalhado atualmente foi decisivo no momento de pensar o convite do Diário Catarinense para assinar uma coluna exclusiva. Ela conta como resolveu aceitar a proposta; “Existem muitas pessoas interessantes no esporte, política, cultura, economia, tudo. É lógico que ‘essas’ pessoas é que falam de verdade. Ninguém quer saber só que a fulana está bem vestida, que a outra viajou, enfim... Mas como o jornal colocou que era justamente essa coisa mais moderna que eles queriam, aí eu disse: ‘Feliz da vida lá vou eu!’”

É dentro dessa linha de pensamento que as colunas denominadas “sociológicas” baseiam a seleção, onde as pessoas que “falam” são as que “fazem”, tendo o oposto também como verdadeiro. O que isso significa é que os personagens que são veiculados nas colunas sociais são selecionados basicamente por terem um recado de relativo interesse para ao maior número

possível de leitores. Do ponto de vista de Cacau Menezes, este fator representa a valorização das pessoas pelo valor sociológico da atividade, ou atividades que esta desenvolve, especialmente no campo profissional. Com a forma polêmica de se expressar, que constitui uma de suas características mais comentadas de sua personalidade, Cacau expõe aqui o que pensa a esse respeito:

“Chega de falar naquela ‘socialite’, naquela anta que não faz p... nenhuma, que prá ir à praia vai ao cabelereiro antes, no salão, se arruma se pinta. Esse tipo de gente morreu, isso não é notícia, ninguém mais quer saber dessa gente. Para os colunistas mais modernos, o colunável pode ser qualquer um, pode ser o negão da esquina ou um jogador de futebol. O que tem que ter é um bom motivo.”

O segundo ponto que foi extraído do comentário feito anteriormente por Ricardinho Machado, trata da maior abrangência e maior variedade temática das colunas sociais atuais. Na realidade, a segunda pode ser considerada consequência da primeira. Por trabalharem de forma mais ampla campo temático, estes espaços atingem em nossos dias um público leitor maior. Pesquisas do Ibope calculam um índice de leitura de 48% para as colunas sociais, o que indica que praticamente a metade de todas as pessoas que abrem os jornais diariamente lêem estas páginas. Tais pesquisas, que podem chegar a ser realizadas até bimensalmente em determinados períodos do ano ou ocasiões específicas, apontam também que a página social é a primeira do jornal a ser procurada pelos leitores enquadrados no percentual acima citado. (Fonte: Jornal A Notícia)

Um espaço com tal significação dentro de um veículo, conseqüentemente é não apenas fonte de pautas para outras editorias, como exemplificou Ricardinho, mas também um fator controlador do bom andamento da vida em sociedade. Daí a recorrência das críticas, não só por parte dos produtores das notas, mas por parte do leitor, que vê aí um espaço no qual possa atuar como parceiro, tanto do colunista, quanto da sociedade. Juliana Wosgraus defende este tipo de participação : “Eu acho que se você tem um veículo e um espaço para combater certas injustiças, certos absurdos, é impossível você não denunciar.” Tal posicionamento é compartilhado por Ricardinho Machado:

“Através da crítica, a coluna pode causar mudanças sociais, políticas, econômicas...O colunismo é um instrumento, não só de manifestação do que a população pensa, mas um instrumento de mudanças para coisas boas e não deixar que as coisas ruins aconteçam.”

Até Moacir Benvenuti, que desenvolve um colunismo moldado basicamente no estilo que ficou estabelecido antes da “Revolução da Coluna”, afirma não dispensar completamente a nota crítica. “Critico as coisas que estão erradas, acho que minha coluna não é uma coluna água com açúcar. Ela traz opiniões bombásticas contra as coisas, tanto do dia-a-dia da ‘socialite’, quanto do dia-a-dia do industrial, do empresário, enfim...”

Quanto às mudanças que a mídia adquiriu o poder de deslanchar, estas não estão apenas relacionadas com o dia-a-dia e a infra-estrutura da cidade,

ou a conduta de políticos e administradores públicos. São igualmente transformações sócio-culturais e até comportamentais, como já verificou Cacau Menezes, que exemplifica:

“Existe um fenômeno nessa área. A gente tá fazendo, a minha coluna tá fazendo a gurizada de 12, 13 anos do colégio das minhas filhas ler jornal. Antes ninguém lia jornal antes dos 18, 20 anos. Mas agora dá pra encontrar críticas, festas e até notícias sobre os eventos dos colégios nas colunas.”

Não convém mais em nossos dias, questionar o poder de formação de opinião, geração de costumes e transformações sociais que a imprensa possui. A história nos demonstra porém, que nem sempre os fatos gerados são de caráter benéfico, como o do exemplo acima relatado. Quanto a todo esse poder, Juliana Wosgraus observa:

“A coluna tem esse poder e esse perigo. Essa responsabilidade. É legal e ao mesmo tempo perigoso porque disseminar uma moda é legal, é o papel, mas a gente às vezes se acha meio dono da verdade. Dizer que todo mundo que faz tal coisa é horrível, porque ‘eu’ não gosto disso... É um problema sério, sabe? Questões como a das drogas ou da AIDS, disseminar certos hábitos que sejam legais pode sim! Tem que incentivar o uso da camisinha... Então é uma arma que se tem na mão e é um perigo isso. Tem que ter cuidado para usar. Não dá para querer determinar muito as coisas, dizer que isso é bom e que aquilo não presta. Não me acho nesse direito.”

FEED-BACK

Quanto à procedência dos autores de tais críticas, Caspary Menozza observa que não há um traço e determinando público e que os ataques podem vir de todos. "O jornalismo e o debate, e trata de elite. Não estas assunidade", concisa e exemplifica.

Para viver profissionalmente a transição jornalística do **colunismo social**, os produtores das colunas precisaram assumir determinadas atitudes devido à grande repercussão e maior abrangência pública trazidas pelo "colunismo sociológico". Assim como a participação do leitor se acentuou na colaboração material com os profissionais, estes últimos também precisaram lidar com a maior exposição conseqüente da ligação mais estreita entre o colunista e o leitor.

Em muitas ocasiões, este retorno direcionado ao trabalho do colunista é positivo, denotando incentivo, gratidão ou parabenização, como exemplifica Ricardinho: "Hoje em dia, as coisas que dão um retorno mais imediato são coisas nas quais as pessoas estão muito ligadas e querendo que aconteça. São melhorias no dia-a-dia... Duas coisas que dão pronto retorno, que sai no jornal e te ligam cumprimentando ou até acrescentando informação, são a violência e a má gestão da coisa pública. As pessoas telefonam, passam fax para parabenizar e se solidarizar."

Contudo, assim como acontecem manifestações de apoio, são registradas também reações de protesto. Trataremos aqui principalmente das situações em que o "feed-back" traduziu desejo de contestação, seja este decorrente de um sentimento de ofensa, injustiça ou indignação causados pela

publicação de uma nota. Quanto à procedência dos autores de tais críticas, Cacau Menezes observa que não há um único e determinado público e que os ataques podem vir de todos. “O jornalismo é debate, é troca de idéias. Não existe unanimidade”, conclui e exemplifica,

“Se tu atacas o governo, todo mundo que não é do governo gosta. O pessoal que é do partido do governo faz cara feia. Então é preciso partir do princípio de que é difícil agradar a todos. Eu, no meu papel de colunista e de leitor das boas colunas, sei qual é a melhor nota, que é mais importante e mais interessante para os leitores.”

É inquestionável que o “colunismo sociológico” tem a possibilidade e o poder de provocar respostas, não só do público, mas também de pessoas que tenham sido objeto de comentário em notas, às vezes em veículos de grande circulação como os considerados nesta pesquisa. Tendo em mente tais probabilidades de resposta, o pressuposto de que não é possível agradar a todos em todos os momentos, não deve ser considerado básico nem suficiente para evitar situações que envolvam reações complexas.

A RBS, Rede Brasil Sul de Comunicações, por exemplo, dispõe em Florianópolis de um departamento jurídico, que por sua vez é respaldado por um outro de estrutura mais completa na sede da empresa em Porto Alegre. Este é dedicado a tratar de todas as ações encaminhadas contra qualquer empresa do grupo. Devido ao teor de muitas informações veiculadas, a necessidade de ter à disposição tal assessoria ganhou uma significação de integrante natural da constituição dos veículos de comunicação de grande

porte. De um lado, temos o profissional que garante ter realizado seu trabalho de acordo com os padrões éticos da atividade que exerce. De outro, o leitor, empresa, ou instituição que considera a informação veiculada de má fé, errônea e nociva a sua imagem.

Diante de tal situação, onde uma das partes está resolvida a partir para uma intermediação judicial, entram em ação tais departamentos. É interessante observar que na grande maioria das vezes, a empresa consegue comprovar a razão do jornalista, seja respaldada pela liberdade de expressão ou por falta de consistência da acusação. Esta geralmente está apenas desgostosa com a notícia, mas geralmente não possui motivo expressivo para a incriminação do profissional ou da empresa de comunicação. O colunista Miro, do *Jornal O Estado*, teve só no ano de 1996, treze queixas endereçadas a sua coluna. Até abril de 1997, foram registradas cinco. Nenhuma delas foi suficientemente fundamentada para ocasionar no encaminhamento de processo. “No colunismo, criamos muitas amizades e muitas inimizadas,” analisa Miro.

O colunista Moacir Benvenuti também foi protagonista de uma situação onde, após ter sido chamado para prestar esclarecimento, não ficou comprovada culpa nem má conduta por parte deste profissional.

“Eu tive problema com juizado de menores porque eu falei que eles estavam cegos em não perceber que crianças de oito a quatorze anos, na temporada de verão, estavam participando à noite toda das festas nos clubes. Correndo, brincando de

pegar e tudo no meio dos shows. O fato é que os clubes alegaram que as crianças entravam no portamalas. Eu disse que não. Tem acampamentos lá e eles saíam desses acampamentos e iam para as festas. Então eu fui lá no juizado para reafirmar e o juiz concordou comigo.”

Algumas reações não geram polêmica judicial. Assim como as parabenizações, as críticas também podem se manifestar através de telefonemas, fax ou cartas. Nestes últimos dois casos, é comum a conseqüente publicação acompanhada de uma tréplica formulada pelo jornalista. Ricardinho Machado conta que certa vez a telefonista do *Jornal AN Capital* atendeu a um telefonema de um jovem extremamente irritado, que se dirigiu à funcionária de maneira grosseira, inclusive ameaçando o jornalista:

“Eu dei uma nota de um garoto que se jogou de um prédio da Avenida Beira Mar Norte e hoje está tetraplégico. Não dei o nome, mas relatei o fato. Os amigos dele ligaram p... da vida, queriam falar comigo porque não era para eu ter dado a nota. Eu dei a nota no sentido de alertar os outros pais, porque se não houver diálogo, outros filhos vão se jogar do décimo segundo andar! Bem, fiquei no jornal a tarde inteira e eles não apareceram. Acho que repensaram e pensaram certo. Porque eu daria a nota de qualquer jeito.”

Editorias: leitoras atentas

Existe mais uma forma de obtenção de retorno das colunas, que de forma alguma pode ser caracterizada como maléfica por parte do colunista. Na verdade, deve ser encarada como um sinal de que a seleção temática está em decorrência de um direcionamento tal, que atinge e desperta um interesse de caráter mais geral.

O caso em questão é quando as outras editorias identificam a possibilidade de transformação das notas dos colunistas em matérias. Pauteiros como Adriane Okada do jornal *O Estado* adquiriram o hábito de consultar as colunas diariamente em busca de pautas. O colunista Urbano comenta que tal prática desperta um sentimento de gratificação. “Isso acontece sistematicamente. Ela lê com olhos de pauteira e é comum pinçar pautas dali. E isso me deixa super orgulhoso”, garante.

O fato do próprio colunista ser fonte para as outras editorias, pode ser decorrente de ele ser um profissional que exerce plena liberdade sobre o conteúdo de suas notas. “O colunista tem mais liberdade, porque o repórter é pautado, a gente se pauta”, analisa Ricardinho Machado e adverte:

“Eu acho que um colunista, pra ser profissional, primeiramente, não tem que tomar partido, partidário, eu digo. Ele pode ter uma opinião

própria, mas não deve descambar para um lado político. Os leitores podem não se aperceber, mas a pessoa mais crítica, com um olhar mais crítico, como por exemplo os colegas jornalistas da redação, o jornalista de comunicação...”

Cacau Menezes sugere que todo pauteiro deva ser leitor de todas as colunas sem exceção e a partir da informação contida ali, procurar outras. “Isso é uma tendência mundial do jornalismo,” analisa. “O colunismo tem que antecipar a nota, dar o furo. Por ser um texto resumido, menor, ele dá a leitura.” Ricardinho Machado relaciona o aspecto gerador de pauta exercido pelas colunas, com a procura do leitor por esse espaço como o primeiro a ser lido dentre as diversas editorias de um jornal. Ele explica: “Por sair na coluna primeiramente essa miscelânea que a gente falou; sai na coluna e depois é que se transforma em matéria. Então o leitor quer ter a informação em primeira mão.”

Os jornalistas porém, não são os únicos na mídia a perceberem este processo de intercâmbio entre os colunistas e as demais editorias. As assessorias de imprensa já assimilaram o processo e são atualmente grandes fornecedores de matéria prima para os setores sociais. Todo cliente de um assessor ou empresa de assessoria de imprensa tem como objetivo difundir sua imagem. Nem todos precisam apenas conservá-la ou renovar um nome já conhecido.

É o caso principalmente de empresas ou pessoas que precisam começar do zero na construção de uma imagem, que a assessoria de imprensa recorre

sistematicamente às colunas. Estas são a porta de entrada dos clientes destas empresas nas editorias que os interessam. É através de pequenas notas que o público tem os primeiros contatos com o novo nome que quer se estabelecer em determinado mercado. Para os colunistas, esse material enviado pelas assessorias requer uma análise atenciosa, como explica Urbano Salles:

Dia-a-dia: a principal fonte

“Isso é uma questão delicada, que é até onde pode ir o ‘merchandising’. É um drama diário. Eu nunca sei até que ponto eu tô dando notícia ou fazendo ‘merchandising’ gratuito. Aquele que não interessa nem a mim, não interessa ao leitor e não interessa à empresa na qual eu trabalho. É complicado isso. Às vezes a gente vai conscientemente, sabendo que mesmo sendo ‘merchandising’, vale a nota. Mas às vezes não”.

Um exemplo deste processo é o caso da *Competence Comunicação e Marketing*, que apesar de ser líder no mercado gaúcho, percebeu a necessidade da contratação de uma assessoria de imprensa para a apresentação e contínua divulgação de seu nome ao entrar no mercado catarinense. É importante que seja lembrado que a princípio a empresa se posicionou contra a veiculação de seu nome em colunas sociais, colocação que foi repensada em seguida. Tendo como base a estratégia descrita anteriormente, a assessoria de imprensa da *Competence* desenvolveu seu plano de ação, cujo resultado pode ser considerado bem sucedido. Hoje, entre os clientes da agência de publicidade gaúcha em Santa Catarina estão empresas de expressão significativa no mercado local tais quais: *RBS TV*, *Golden Bingo*, *Shopping Neumarket* e *Pizza Hut* de Florianópolis. Além da

filial florianopolitana, foram abertas outras em Blumenau e Joinville. Esta expansão ocorreu durante um período de menos de dois anos.

Dia-a-dia: a principal fonte

Assim como as editorias recorrem às colunas sociais em busca de pautas, os colunistas precisam ter suas próprias fontes. Uma delas, como já pôde se constatado, são as empresas de assessoria de imprensa. Contudo, o colunista é um profissional que goza do privilégio da liberdade para pautar o seu espaço e desenvolve uma atividade jornalística que como já vimos, passou absorver uma variedade temática muito significativa com o advento do “colunismo sociológico” Em decorrência destes fatores, o colunista não demarca limites ou pré-estabelece a proveniência de suas fontes.

“Eu procuro ouvir tudo, não fecho meus ouvidos para nenhum tipo de notícia. Pode ser da Igreja de Deus, do time de futebol do interior, pode ser da confusão na frente do leilão da Vale... Tudo pode me render uma nota, um comentário”, diz Cacau Menezes. “Eu tenho várias fontes de todos os lados. Uma carta de um leitor anônimo, uma entrevista de uma rádio AM, uma reportagem num grande jornal, os programas de televisão, o papo com os colegas, o papo na rua, o futebol, os ‘releases’ que eu recebo...”

A opinião unânime dos colunistas sociais a respeito da captação de material, é que a maior fonte de matéria-prima para o preenchimento das colunas é o dia-a-dia, a base do “colunismo sociológico”. Para Ricardinho Machado, a captação proveniente da observação do cotidiano é fundamental para estabelecer a diferenciação das colunas e construir a identidade do profissional, que vai projetar em seu espaço, as impressões e interpretações que obteve da rotina da cidade através de seu código pessoal de leitura. “De outra forma, você vai preencher o seu espaço igual ao outro que foi pegar a informação do ‘release’. E o colunista não pode viver de release, tem que vivenciar o dia-a-dia”, opina o Ricardinho. O colunista também observa que no sentido da vivência do cotidiano, o colunista, o repórter e o editor não diferem totalmente.

“A gente vive e respira notícia, dorme e acorda pensando. Durante uma festa por exemplo, você conversa com as pessoas e cada uma de repente te dá uma nota. O repórter pode sair no final de semana, se divertir e daqui a pouco chega uma pauta, de um estalo, de uma conversa que ele venha a ter. Na segunda feira ele chega e colabora com o editor com essa pauta”, conclui Ricardinho.

Cacau Menezes também descreve esta constante busca como uma necessidade que inevitavelmente passa a adquirir a forma de um hábito involuntário que não concede tregua ao colunista. “Eu vivo disso e é um tipo de alimento, é necessidade que eu tenho de fazer notícia. Então eu já me acostumei a ter que fazer notícia a toda hora”, e exemplifica:

“Quando eu estou de férias, eu sei que não vou escrever a coluna amanhã, nem depois de amanhã, nem na semana que vem, mas não adianta. Se eu tô na praia, num bar, numa boate, eu tô sempre fazendo a notícia na minha cabeça e volto cheio de notas.”

Até mesmo para a repórter de política do Diário Catarinense, Débora Almada, que é esposa do colunista Urbano Salles, este hábito já foi inclusive motivo de piada, apesar de atuar também no meio jornalístico. Urbano relata a brincadeira: “A minha mulher costuma dizer que o meu mundo se divide entre o que é nota e o que não é nota.” E as curiosidades não param por aí. Para não perder nenhum detalhe, nem ser pego de surpresa, o colunista Miro carrega constantemente consigo uma caneta para eventuais anotações. “Quando eu chego em casa, sempre estou com uns guardanapos escritos no bolso”, confessa.

Além da busca de notícias realizada diariamente pelos colunistas ao analisar o cotidiano da cidade, existem as fontes que vêm ao encontro da coluna. Todo colunista tem seus colaboradores. “As fontes são vitais porque o colunista não pode estar em todos os lugares ao mesmo tempo”, diz Juliana Wosgraus. Entre os colaboradores podem estar inclusive os amigos e outros de relacionamento pessoal do colunista. “São às vezes amigos e conhecidos que ligam para ajudar em determinados assuntos. Você levanta uma questão e ele te dá uma contra-informação”, explica Ricardinho Machado.

Um exemplo muito válido do tipo complexo de relação que pode vir a se estabelecer entre o colunista e a fonte é uma situação experienciada por Urbano Salles. Neste caso, após o estabelecimento de um relacionamento de confiança e colaboração, este adquiriu um caráter problemático, resultando no rompimento da ligação. O próprio colunista relata:

“Tinha uma fonte minha na Assembléia Legislativa. Ela ocupava um cargo mais ou menos destacado, então ela sabia de tudo o que acontecia lá dentro. Sabia mesmo. Era a minha melhor fonte na Assembléia. Eu confiava nela e ela tinha boas informações. De repente, isso ficou tão marcante, até por eu citá-la nominalmente na coluna em outro contexto, as pessoas na Assembléia começaram a perceber que ela era minha informante e ela ficou estigmatizada lá. Com a mudança de presidente, mudou o grupo político e ela ficou meio que defenestrada. Perdeu o cargo comissionado e tudo por causa da ligação dela comigo. Ela agora me ligou pedindo para que eu não registrasse mais nada sobre a Assembléia porque iriam achar que foi ela que me informou. Isso é inaceitável, aí nessas vezes o colunista é cruel com seus amigos. Eu gosto dessa fonte como amiga, mas eu não posso deixar de falar sobre a Assembléia legislativa porque vai prejudicar essa minha fonte. Então, continuei registrando.”

Urbano alerta ainda que a fonte tem que pensar muito bem antes de estabelecer uma relação estável com um colunista, contabilizar os prós e os contras. O alerta é ecoado por Ricardinho Machado, que avisa sobre o perigo de outra situação: “Não fale na frente de jornalista. Não tem ‘off’. Tem que ter respeito a determinadas informações. Agora dizer assim: ‘Eu vou te falar um negócio, mas por favor não publica.’ Então nem me fale.”

Além desta informação que chega extra oficialmente a respeito de órgãos públicos, é consideravelmente grande o volume de informação enviada oficialmente a respeito de tais instituições. No caso da informação considerada oficial, seja das assessorias de imprensa prestadoras de serviço para o setor privado, todo material é cuidadosamente produzido, impreterivelmente por profissionais da própria área jornalística. A visão e o posicionamento dos colunistas no referente a este material é polêmica. “É muito fax,” observa Ricardinho Machado.

“Mas eu não dispenso os fax de órgãos oficiais. Às vezes eu não utilizo na coluna e nem deve, né, fazer ‘ipsis literis’ o que vem, a não ser que seja nota exclusiva. Então a gente dá uma lida porque de repente fica sabendo do que tá acontecendo naquele determinado órgão público, de repente pode surgir daí um gancho para uma outra nota. Mas a maioria não dá para utilizar porque se não tu ficas o Diário Oficial, né?”

Miro também concorda, não apenas neste caso do oficialismo jornalístico, mas no que concerne toda matéria-prima da coluna, que a prioridade deve ser sempre a exclusividade. Já Juliana Wosgraus prefere desconsiderar o material das assessorias de comunicação, baseada justamente neste problemática: “O que vem dessas fontes normalmente vai para o lixo porque é o que vai para todo mundo igual e normalmente é para vender um cliente.”

Alimentar algumas fontes estratégicas é a diretriz sugerida por Urbano Salles. “Eu tenho algumas fontes na sociedade, na parte mais social, na área empresarial, na parte política. É saber ligar para a pessoa certa na hora certa e manter uma relação de confiança, tanto da minha parte, quanto da fonte.” No quesito confiança, Urbano sentencia: “a fonte que erra uma vez de forma grave, eu risco do caderninho. Eu não perdôo erro grave. Mentiu para colunista tá riscado. A mentira é inaceitável.

Checagem: uma carta quase fora do baralho

Por priorizar fontes não-oficiais, o colunista trabalha em um campo mais complexo do que o repórter no que se refere à veracidade das informações enviadas às colunas. O relacionamento colunista/fonte baseado na amizade e confiança mútua não é garantia constante de idoneidade, já que nem sempre eventuais dados errôneos do material são decorrentes de má fé. Como já foi mencionado, a referida espécie de informação em raras excessões é proveniente de um remetente “oficial”.

O colunista Urbano ilustra esta problemática: “Depois de um certo tempo, você começa a ter confiança na fonte e deixa de checar. Mente o

colunista que diz que checa nesse caso. Não checa dependendo da fonte”, confessa. *Fonte à denúncia Ricardo Machado explica.*

“Agora, eu já me dei mal por confiar em amigos e colegas de trabalho que me passaram informações completamente erradas. Mas aí foi um acidente de trabalho. É diferente porque não houve má fé dessa fonte e eu não agi de forma irresponsável. Eu confiei nela porque era alguém confiável; essa pessoa errou como todo mundo erra. Agora, existe aquela informação de má fé mesmo, aquela mentira, aquele exagero, aquela tinta a mais.”

O colunista enfatiza ainda que neste caso, o leitor mal informado não tem obrigação e nem deve perdoar. Urbano admite que o culpado é sempre o colunista e que este não tem o direito de responsabilizar a fonte.

Cacau Menezes explica que no colunismo é mais difícil checar informação e que conseqüentemente, o cuidado deve ser dobrado. Além da proveniência das informações serem extra-oficiais, este colunista considera o aspecto tempo como outro fator que dificulta a checagem: “Colunista tem horário apertado, a gente fecha a coluna às quatro da tarde. Eu chego no jornal às duas, tenho duas horas para fazer a coluna. Não dá para checar nota por nota,” explica Cacau. Em um ponto, todos os colunistas sociais convergem em consenso: informação anônima pelo telefone deve ser imediatamente descartada.

No tocante à denúncias e outras informações de caráter crítico, especialmente aquelas em que é citado o nome de determinada pessoa, o

procedimento rotineiro é contactar a parte acusada antes da publicação da nota referente à denúncia. Ricardinho Machado explica:

“A primeira coisa é ver quem te passou a informação. Depois, se for um negócio que mexe diretamente com determinada pessoa, tu ligas pra ela, claro, e repassa: ‘Tem uma denúncia aqui contra ti. Tens alguma coisa a responder? Tô publicando amanhã, tens alguma coisa pra responder? Se disser que não ou então: ‘Meu advogado é que fala’, aí eu boto. Ou ele vai dizer assim: Eu tenho sim, isso não se passa assim, o cara foi prá rua do emprego e agora quer fazer algo contra’. Acontece muito. Tem gente querendo derrubar um derrubando o outro,” avisa

Este exemplo não é um caso isolado. Cacau Menezes concorda que é grande a ocorrência de tentativas de utilização de colunas sociais para vinganças pessoais dos leitores. Esta situação ocorre invariavelmente em forma de denúncia anônima. Por isso, a total impossibilidade de assumir o risco de publicar informações transmitidas sob tal circunstância.

Prestígio: mercadoria cobiçada

Entre as atividades jornalísticas, o colunismo social talvez seja onde o profissional precisa lidar mais freqüentemente com problemáticas como as relações de troca, ofertas de privilégios, bloqueio ou abertura de acessos sociais e outros afins. A liberdade do colunista sobre o espaço que detém, faz com que ele diretamente, muito mais do que a empresa na qual atua, seja o destino direto e primeiro de solicitação de colaborações e favores. Em consequência, são os primeiros também a se abordados com os privilégios que são reservados somente aos que têm poder de representar “status” na sociedade em que vive. “A gente cria uma relação muito pessoal. Nós temos nome, coisa que s repórteres em geral não têm. Eles são ‘o jornal’, nós não. Então a gente cria uma relação direta”, explica Urbano Salles.

A autonomia que o colunista social exerce sobre sua página aliada à imagem de atividade comercial que o colunismo possui até nossos dias, abre espaço tanto para a recorrência de fatos negativos, quanto positivos do ponto de vista dos profissionais da área. Como ponto negativo, os colunistas entrevistados destacaram a constante abordagem para ofertas de retorno financeiro, que julgam serem incentivadas por determinados colegas de profissão que comercializam seu espaço. “Mas é direto, eles oferecem as coisas, eu não sei porque isso passa pela cabeça de alguém”, comenta Juliana Wosgraus. “Aí querem saber qual é o meu critério. O meu é meu critério! Ou

a nota tem a ver com a minha coluna ou não tem.” O colunista Miro concorda que não há grande complicação em avaliar um material, o que invariavelmente independe de acordos financeiros: “Tem gente que diz que tem uma foto, que gostaria de mandar e depois pergunta: ‘Quanto é que custa?’ Não custa nada, se eu gostar eu publico, se não, não”. Ricardinho Machado acredita que tais ofertas muitas vezes sejam efetivadas por ignorância de alguns leitores em relação ao sistema de produção das colunas sociais,

“Porque as pessoas ignoram o processo de fazer uma coluna e fazem mesmo a pergunta ‘Quanto é para colocar?’ Isso aí acontece, não chega a ser inusitado,” avalia. “Pessoas mais humildes que gostariam de sair, que nunca saíram talvez, também perguntam quanto é. Tipo ‘quanto é’ oficial mesmo. E é aí que a gente explica que não é por aí que se faz uma coluna”

A razão de tal ignorância quanto ao processo de produção da coluna social, gerar justamente este tipo de mentalidade pública em relação ao colunismo social não é mero “lugar comum”. Os próprios colunistas identificam a origem da problemática em questão, como explica Urbano Salles:

“É que há colunistas que fazem isso de forma sistemática (cobrança em troca de publicação de notas). A própria Revista Veja denunciou já um colunista do Paraná muito conhecido que faz isso com nota fiscal. Nota fiscal como uma empresa. Se você não conhece o colunista, pode ir a essa empresa, falar com o empregado e publicar o que

quiser como se fosse um classificado. Então como há colunistas de renome que fazem isso, a impressão que fica é que todos fazem o mesmo.”

Já Cacau Menezes, aponta ainda outra razão além da ignorância para o estabelecimento de tal impressão:

“É por desinformação e também pela idéia do comércio. Se a pessoa tá querendo sair, tá pedindo para sair, é porque ela tem algum interesse. E o jornal paga para levar essa informação que a pessoa quer, tem um custo muito alto para botar um jornal na banca. O jornal atinge 300, 400 mil pessoas por dia, então ‘Tô inaugurando uma loja aqui, queria que essa informação saísse, quanto é que custa?’ Porque ela sabe que essa informação ali no jornal vai render para ela. Só que eu não cobro,” explica Cacau e desabafa: “Essa fama, essa idéia distorcida que existe a nosso respeito vem do passado, porque tinha muito picareta atuando nessa área. Ainda tem. Tá cheio de picareta aí. Tem colunista que compra espaço no jornal e negocia o espaço com que ele quer. Por exemplo: eu compro a minha página no jornal e vendo. Os comerciais são meus e eu vendo a informação. Eu sei de casos de gente em Florianópolis que paga para sair.”

Embora a comercialização do espaço seja eticamente condenada, relações de troca alternativas surgiram e foram admitidas. Tais “trocas de gentilezas” podem ser efetivadas em dois âmbitos diferenciados: o pessoal e o profissional. No nível pessoal, acontecem principalmente as retribuições aos colunistas, provenientes de pessoas que se sentem agraciadas, favorecidas ou simplesmente lisonjeadas pela publicação de determinada nota. São casos de

envio de presentes de valor simbólico ou oferta de disponibilidade para uma eventual retribuição. A situação é exemplificada por Ricardinho Machado:

“É uma coisa mais emocional, do tipo: ‘Agradeço muito, valeu a força, se precisar de mim conta comigo no que eu puder fazer por ti’ ou ‘Olha, eu sou dentista, se precisar, vai lá no meu consultório, ou, eu sou médico...’ Acontece essa troca”.

O Natal é uma época especialmente peculiar para o colunista. É nesse período que as manifestações de simpatia acontecem de forma mais enfática, inclusive com casos de caráter mais cômico, como o que aconteceu com o colunista Urbano Salles no final de 1996. Ele próprio relata:

“Na véspera do ano novo, eu já não tinha onde guardar bebida na minha casa. Não tinha mais onde guardar! Aí eu tive que publicar uma nota no jornal dizendo: ‘Gente, bebidas são sempre bem-vindas, é um presente simpático, mas olha, podem presentear com disco, livro, qualquer coisa que vocês quiserem, como carros, passagens...’ em tom de brincadeira, de ironia. ‘Porque tem que ser criativo, gente!’ Chegou a um ponto em que eu devo ter recebido no ano passado, umas 50 garrafas de *champagne!*”

O colunista Miro, colega de jornal de Urbano, encontrou a solução para a sobrecarga de presentes recebidos nos Natais. Tudo o que é endereçado a ele no jornal, fica acumulando no próprio local de trabalho, para ao final ser distribuído entre os demais jornalistas da redação. “Não fico com nada que é enviado para mim no jornal,” afirma Miro.

O nível profissional destas “trocas de gentilezas, acontece geralmente entre o colunista e uma empresa, onde diferentemente dos exemplos anteriores, não predominam relações de amizade ou outras semelhantes de cunho emocional. Neste caso, o que está em pauta é o interesse da empresa em estabelecer um relacionamento de parceria com o colunista, o qual considera detentor de um espaço rentável comercialmente. Apesar desta visão por parte da empresa, nesta relação não fica estabelecido um vínculo financeiro explícito, mas sim o oferecimento de cortesias que não garantem necessariamente o retorno do ponto de vista marqueteiro.

O relacionamento no âmbito profissional é mais difícil de se consolidar e de recorrência menos freqüente do que o de cunho pessoal. Isso porque neste segundo caso, são abordados geralmente apenas os profissionais cujo espaço e veículo para o qual escrevem sejam os mais valorizados e com maior abrangência pública. É levada ainda em consideração a popularidade do profissional, já que este fator determina conseqüentemente o índice de leitura de sua coluna. Cacau Menezes, o colunista mais lido de Santa Catarina, explica:

“Tem que ter certa credibilidade, um certo respeito. Então o assédio vem do retorno do teu trabalho. Nós vamos convidar aquele cara porque aquele cara é interessante para nós. O que ele vê aqui, ele pode transformar numa boa nota e é questão de prestígio ter o cara aqui por perto. Aí é onde todo mundo quer chegar. É o objetivo de todo mundo. Eu quero ser um cara bem sucedido para ser respeitado, ter

privilégios, ser conhecido. É o objetivo final, contribuir para a mudança do mundo, das pessoas, da maneira de ser, mas também fundamentalmente para ser reconhecido, valorizado, prestigiado.” E Cacau dá um exemplo de relação de troca profissional: “Eu fui para o carnaval no Rio por conta da Brahma. Me pagaram passagem de avião, me deram hospedagem num bom hotel de Copacabana, me levaram para a mordomia num camarote que só tinha gente famosa, não paguei nada. Agora tem um empreendimento em Miami que está sendo lançado aqui em Florianópolis e esse condomínio, os caras queriam que eu fosse passar uma semana em Miami por conta deles com acompanhante e eu não quis. Eles iriam me dar passagem, hospedagem... Isso é comum e eu diria o que a Folha diz, os outros jornais dizem: ‘Nosso repórter viajou a convite da companhia X para conhecer o empreendimento. É regra isso. Não fui, mas não vejo mal nenhum em ir. Não vão me comprar. Se eu não gostar do negócio, eu não vou falar. É importante colocar prá essa geração aí, esse pessoal que tá fazendo jornalismo, essa idéia de que não existe falta de ética nenhuma você aceitar um convite prá viajar ou prá participar de um evento. Vários hotéis me convidam prá passar final de semana. É interessante prá eles e prá mim. ‘É importante que o Cacau venha aqui, conheça, um dia ele pode falar, pode sugerir’. Eles sabem que não me compram porque eu já fui a muitos lugares.”

Para Urbano Salles, essa relação de troca e a possibilidade de acessos sociais facilitados são geradoras de conflitos no cotidiano do colunista. “O trabalho abre portas e aí quando a gente vai aproveitar essas portas que são abertas, uma fatia das pessoas que acompanham o nosso trabalho começam a

DANUZA

Em Mônaco com Danuza

* A festa brasileira acabou, mas sacudiu o principado - José Maurício Machline, ajudando a própria mãe, Carmem, cônsul de Mônaco no Brasil, mostrou as facetas de sua pluralíssima personalidade: foi diretor de ala, coreógrafo, cantor, DJ, assessor de imprensa, sambista, animador e anfitrião.

* Mesmo sem a alegria e a ginga dos visitantes, Montecarlo é uma cidade cheia de encantos - uma coisa maravilhosa: as pessoas podem sair sozinhas, cobertas de jóias, a qualquer hora do dia ou da noite, e nada acontece. Nem os miliardários têm segurança, nem mesmo a família Grimaldi. Aliás, minto: Stéphanie tinha um, com quem acabou se casando; e deu no que deu.

* O bar do Hotel de Paris é o melhor do mundo. Para se ter uma idéia, é aquele que todos os hotéis de todas as cidades do universo pretendiam copiar - só que ele é o original. A atmosfera é de um luxo meio decadente, entre Scott Fitzgerald e Visconti, onde qualquer mulher com um pouco de imaginação se sente a própria Nicole Diver.

* Por tanto prazer, não chega a ser caro: um copo de champanhe custa US\$ 20. Irresistível, esse bar.

* Agora, os carros: Rolls e Bentleys conversíveis, Ferraris, Jaguares, os mais lindos do mundo. E se alguém passar dirigindo uma Mercedes, pode ter certeza: deve ser garçom de algum bar.

* Para ir de Mônaco ao aeroporto de Nice, só os paupérrimos se arriscam a pegar a estrada. Para que, se um helicóptero leva seis minutos e custa só US\$ 70?

* Mas é preciso ter muito dinheiro para sobreviver em Montecarlo; para passar um vestido no Hotel Hermitage são US\$ 80 - é, oitenta dólares.

* O hotel é de um tal luxo, um tal luxo, que o quarto é refrigerado e o banheiro - três ambientes - é aquecido. Demais.

* Karl Lagerfeld tem a sorte de ser amigo dos Grimaldi; alugou uma casa maravilhosa em ruínas, fez uma reforma e paga por ela a quantia simbólica de US\$ 1 por mês - ou seria por ano?

* No Beach Club, o chique é alugar uma tenda em frente à praia, coisa de US\$ 500 por dia. Detalhe: a areia é de cimento, pintado de rosa.

* Existe um grande problema no principado: não há cinzeiros nas ruas, que são tão limpas, mas tão limpas, que ninguém ousaria jogar, uma cinza no chão - que dirá um cigarro.

* Quem costuma viajar só para comprar a cesta básica não precisa nem ir a Paris: em Montecarlo, numa rua de apenas 40 metros, Dior, St. Laurent, Bucelatti, Vuitton, Ferragamo, enfim, tudo que uma mulher precisa. E todas, absolutamente todas, as joalherias do mundo.

* A cada dia da semana existe uma feira em uma das cidadezinhas próximas; lá são vendidos bolsas, écharpes, cintos, sapatos, vestidos, lingerie, das marcas mais famosas, tipo Dior, Chanel e Vuitton. Detalhe: é tudo cópia.

* Se você quer ir a Mônaco, prepare-se: os homens que levem vários ternos, e as mulheres, roupas de praia bem habillés. O que é isso? Maiôs de griffes famosas, de

paetês, de preferência, calças e camisas de seda para quando forem fazer suas comprinhas; quem não dispensa um black-tie para a noite pode levar que vai ter onde usar. Jeans e tênis, nem pensar.

E ficamos combinadíssimos assim.

* Danuza Leão viajou a convite do Consulado Geral de Mônaco no Brasil.

nos acusar de que estamos nos vendendo. Não existe isso. É uma bobagem”, e justifica:

“Se eu vou a um restaurante a convite, eu vou dar ao restaurante a dimensão que ele merece, eu tento fazer isso pelo menos. Se ele não for bom, eu posso ignorá-lo na coluna. Tem que ser muito realista com isso. No começo da minha carreira, eu tinha pruridos com isso. Depois de um certo tempo, eu perdi. Eu não me envergonho de não pagar uma conta num restaurante. Não vejo nada de ofensivo nisso, nada. Agora: a nota que eu vou publicar não interessa, a pessoa que me convidou não tem nenhum controle. Ela perde o controle no momento que eu saio do restaurante. Eu não posso servir aos interesses dela. Acontece, não há nada de ruim, essa é a verdade.”

Ao pensar o contexto que gera as situações acima relatadas, Ricardinho Machado acredita que o advento da Indústria Cultural tenha participação na construção desta problemática, a qual não considera completamente positiva: “Depois que a imprensa virou empresa e começou a ter influência na questão financeira e na editorial, complicou um pouco a vida do jornalista.”

Olhando pelo buraco da fechadura

A pesar da indiscutível inserção do caráter sociológico das colunas sociais, não é possível ignorar que uma certa faceta do colunismo social “clássico”, ainda marca presença na atividade realizada atualmente. Esta faceta é a abordagem da intimidade, ou seja, a exposição pública da vida privada. Embora pautada cada vez menos freqüentemente, a ponto de ser totalmente ignorada por alguns colunistas, a intimidade ainda é notícia por um único e extremamente simples motivo: ela dá “Ibope”, como atesta Urbano Salles, que não dispensa esta espécie de nota em sua coluna no *Jornal O Estado*: “O que causa maior reação são aquelas notinhas que algumas pessoas acham que nós não deveríamos publicar. São notas sobre a vida pessoal. Essas são as notas que mais repercutem, que são instantâneas.”

Assim como o conteúdo de tais notas, os critérios utilizados para a publicação ou não de determinada informação de caráter privado, também varia a partir dos julgamentos individuais de cada colunista. Os parâmetros podem ser baseados tanto em motivos emocionais, quanto na ética profissional, sem deixar de figurar também neste caso, o simples não enquadramento deste tipo de conteúdo no perfil editorial do veículo ou da coluna. Ricardinho Machado é um colunista que prefere antes de publicar, analisar o caminho inverso da nota. Ele explica por quê.

“Coração, coração, coração. Isso pode mexer com a rotina pessoal e aí você sobe num muro prá ver a importância e a cautela que tem que ter. É a responsabilidade de uma nota mal dada. Pode mexer com um casamento, com um namoro, fere o sentimento, fere o coração, fere o amor. O que é terrível, né? Você pode mexer com uma família, com a sociedade. Você pode execrar um cara e ele não ser culpado. Então eu sempre penso em mim porque eu não gostaria. Eu tenho a minha vida legal e eu não gostaria que ninguém estragasse a minha vida.”

O colunista adverte que a ponderação deve ser a preocupação básica da coluna. Contudo, é inegável que o sucesso de repercussão deste tipo de nota é muitas vezes razão suficiente para o desprezo de um critério como o citado acima. Uma das saídas utilizadas para evitar o descarte da nota é utilizar o recurso humorístico, o tom irônico, que é então implantado com a intenção de encobrir o trágico. Outro recurso é o anonimato do protagonista da situação publicada. O próprio colunista do AN Capital continua descrevendo o método:

“Geralmente quando eu decido dar uma nota perigosa, primeiramente eu não dou o nome. Depois tento fazer com um pouquinho de molho de humor, porque não é que eu goste daquilo, mas eu sei que o leitor gosta. Então você tem que dar. Vou pensar em dar a nota de um jeito que não fira a sensibilidade, o amor ou uma convivência entre duas pessoas, a vida a dois. Porque eu conheço fatos de colunistas daqui que terminaram com um casamento, com namoro”, e exemplifica: Teve um casamento que já estava por um fio, mas enquanto há um fio, ainda há um

casamento. E esse fio foi arrebentado por um outro fator: o casamento de um colunista.”

Entre os assuntos abordados nas notas sobre a vida pessoal e a privacidade dos personagens do universo das colunas, sem dúvida alguma, as relações afetivas são o tema explorado mais freqüentemente. Não há corrupção ou má gestão de órgão público que cause mais polêmica. Assim como Ricardinho Machado prefere evitar, ou pelo menos maquiar a abordagem pública da vida afetiva, Urbano Salles não vê motivos fortes para o tratamento diferenciado de tal temática em sua coluna:

“Tem muita gente que reclama, que diz que separação de casais não é assunto. Mas então porque o casamento é? Não entendo. Se os colunistas podem registrar o casamento entre duas pessoas, porque não podem registrar a separação delas?” E compara: “O nascimento de um herdeiro do trono inglês não é notícia? A morte também é. Tudo tem início, meio e fim, então eu acho que o fim também é assunto. Acho não, tenho certeza que é.”

E mais uma vez, a repercussão surge na discussão como uma justificativa representativa:

“E os leitores querem saber, têm direito de saber. Quem reclama geralmente são pessoas que se acham estrelas e não são. Que ficam muito ofendidas. Porque só quem é estrela pode se ofender com isso, porque pode abalar a carreira, mas fora isso... Não sendo mentira...”

A comparação da veracidade de uma informação parece ser outro fator que pesa a favor da publicação incondicional da nota, independente do conseqüente ou provável aborrecimento da figura citada. Urbano completa: “A insatisfação da pessoa comentada faz parte da regra do jogo. Nesse ponto, quem tá na chuva é pra se queimar. O que não pode é caluniar.”

Se Ricardinho prefere uma análise baseada em critérios mais emocionais do tipo de material em questão, enquanto Urbano defende sua publicação com uma visão prática, Cacau Menezes prefere nem sequer cogitar a utilização da vida íntima como matéria prima de suas notas. “Não dou vida privada. Não dou porque eu seria muito incoerente. Aí vão querer entrar na minha vida privada e vão descobrir que sou uma grande fonte de notícias, que sou um cara absolutamente anormal.”

No colunismo social, apesar das situações de conflito como a abordagem da privacidade discutida acima, ou a crítica, ou ainda a denúncia, talvez seja mais provável encontrar pessoas que procurem do que as que fujam das projeções nas colunas. Os colunistas conseguem identificar sem muito esforço as pessoas de aparição mais freqüente e constante nas páginas sociais dos jornais, como observa Miro: “Tem aquelas figurinhas carimbadas como num álbum, que saem em tudo o que é coluna”, e dá um exemplo: “Não tem uma semana que os Vicenzi não saiam em uma das colunas da cidade.” Para quem tem como objetivo, porém, de figurar de tal maneira nos jornais, não deve utilizar a perseguição ao colunista como método, atesta Ricardinho Machado: “Eu primo por aqueles que menos tentam, porque fica um negócio mais natural. As pessoas gostam do natural.” Já Urbano, se considera

satisfeito por não ser tão assediado de forma muito intensa pelos mais egocêntricos: “São poucos. Acho que se fossem muitos a gente enlouquecia. Eu, pelo menos, não tenho muitos que me incomodam.”

A colunista Juliana Wosgraus enfatiza o “outro lado” do jogo dos egos, que na sua opinião é o mais susceptível a cair nas armadilhas da vaidade. Para ela, é o próprio colunista quem corre os maiores riscos de perder o controle diante do poder de comunicação de um veículo.

“Eu acho mais difícil administrar o ego da gente mesmo, o ego pessoal do que o das pessoas que perseguem a coluna. É isso o que mais me preocupa. Que eu não comece a me sentir especial de uma hora para a outra e achar que tenho que ser melhor recebida num restaurante, que não vou ficar em fila. Claro, se eu for a trabalho, não vou ficar na fila mesmo, mas se eu for como platéia... Então, é com o meu ego que eu me preocupo mais em administrar do que propriamente o dos outros. Dos outros eu não me preocupo não. Rola, mas passa batido. Eu me preocupo é com o meu, que eu procuro policiar e colocar uma rédea curta. É esse que eu não quero deixar subir. Uma das coisas que me preocupa é não perder a noção, não deixar me empolgar com isso”, e explica a razão de tanta cautela: “Que eu tenha sempre em mente que a série de assédios não é para a pessoa Juliana, e sim para a colunista Juliana. Eu procuro não perder essa referência, sabe? Não me empolgar e sempre ter claro que não é a minha pessoa, é o personagem que eu represento hoje. Se eu sair daqui (*Diário Catarinense*) e ir para um veículo menor ou não tiver veículo nenhum, acaba”, conclui a colunista.

ANÁLISE EDITORIAL

Apesar da adoção do método qualitativo na realização deste trabalho, foi realizada no início das pesquisas uma análise por editoria das notas publicadas nas colunas. O Objetivo foi detectar, logo de início, a diversidade de assuntos abordados e para qual espaço editorial dentro do veículo cada nota seria encaminhada, no caso de ser pautada para ser transformada em matéria. Como já pudemos perceber anteriormente, este é um procedimento rotineiro nas redações. Apesar da predominância de abordagem de assuntos relacionados a variedades e cultura nas colunas sociais, fica comprovada a expressiva inclusão de outras temáticas nesses espaços.

A abertura de uma exceção em favor de uma análise quantitativa no ponto final deste estudo teórico, serve a um propósito caráter ilustrativo a respeito do que foi comentado até aqui sobre a abordagem temática do “colunismo sociológico”. Tanto o período de observação, quanto os dias e quantidade de notas levados em consideração foram escolhidos aleatoriamente.

JULIANA WOSGARUS

Esta observação teve como foco as mesmas colunas sociais estudadas durante todo o restante da preparação desta monografia. Do *Diário Catarinense*, as colunas de Cacau Menezes e Juliana Wosgraus; do *Jornal O Estado*, as colunas de Miro e Urbano e no *AN Capital*, a coluna de Ricardinho Machado.

Fotos: 62

Média de fotos por coluna: 2,4

Número de notas por editoria

Cultura Variedades: 183

Geral: 35

Política: 17

Economia: 11

Esporte: 5

Polícia: 5

JULIANA WOSGARUS

Número de colunas: 26

Número de notas: 246

Média de notas por coluna: 9,46

Fotos: 63

Média de fotos por coluna: 2,4

Número de notas por editoria

Cultura Variedades: 183

Geral: 35

Política: 17

Economia: 11

Esporte: 5

Polícia: 5

URBANO

Número de colunas: 22

Número de notas: 262

Média de notas por coluna: 11,9

Fotos: 46

Média de fotos por coluna: 2,09

Número de notas por editoria

Número de notas por editoria

Variedades/ Cultura: 149

Política: 79 **Cultura: 70**

Geral: 22

Economia: 9

Polícia: 2 **11**

Esporte: 1

Esporte: 8

RICARDO MIRO LACHADO

Número de colunas: 28

Número de notas: 310

Média de notas por coluna: 11.07

Fotos: 77

Média de fotos por coluna: 2.7

Média de fotos por coluna: 1.5

Charge: 1

Número de notas por editoria

Variedades/ Cultura: 177

Geral: 57

Política: 46

Economia: 11

Polícia: 11

Esporte: 8

Polícia: 22

Economia: 16

RICARDINHO MACHADO

Número de colunas: 54

Número de notas: 540

Média de notas por coluna: 10

Artigos: 54

Fotos: 82

Média de fotos por coluna: 1.5

Charge: 1

Número de notas por editoria

Variedades/ Cultura: 355

Política: 87

Geral: 70

Esporte: 53

Polícia: 22

Economia: 16

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O momento agora é de pensar os questionamentos que foram resultantes desta monografia, muito mais do que de alçar respostas conclusivas. O estudo aqui relatado é profundamente revelador de problemáticas pouco estudadas de um universo pouco analisado dentro do jornalismo.

Além de revelar a dinâmica da rotina do colunismo social, algumas questões levantadas abrem caminho para outras análises, que poderão ser desenvolvidas de diversas formas.

A grande quantidade de colunistas nos jornais de Santa Catarina, as novas relações de troca, a existência de acessos favorecidos dos profissionais da área, a abordagem da vida dos personagens que figuram nas colunas sociais, a relação com as outras editorias e até a constatação através de pesquisas de que as colunas, para cerca de 50% de seus leitores são o primeiro local do jornal a ser acessado, são informações contidas nesta pesquisa que sugerem maiores questionamentos.

A partir destas informações, é possível desenvolver análises mais sistemáticas e intensas sobre o perfil do leitor de jornais em Santa Catarina, a história da própria imprensa neste estado, os bastidores do poder político e econômico local.

Admito aqui que estes aprofundamentos não foram considerados neste estudo, mesmo porque não era intenção fazê-lo. Contudo, o que fica registrado através do levantamento de caráter mais genérico aqui desenvolvido, é que o colunismo social é um espaço ainda inexplorado e extremamente sugestivo como campo de pesquisas.

A riqueza e diversidade do tema percebida pela pesquisadora a partir do momento em que a própria pesquisa começou a apresentar durante seu desenvolvimento, novas possibilidades de exploração, que em sua maioria, receberam a atenção que sua relevância exigiu. Estas revelações surpreendentes promoveram uma significativa reformulação no esqueleto apresentado no pré-projeto.

O exemplo mais marcante desta situação foi a inclusão do capítulo dedicado ao Beto Stodieck, personalidade do cenário do colunismo social, que descobri, a partir das primeiras entrevistas, ser o precursor do chamado "colunismo sociológico". Até o início do trabalho de campo, este capítulo não estava planejado. Com a continuidade das entrevistas, ficou evidente que a atuação de Stodieck como colunista foi teve um significado decisivo e determinante dos rumos nas transformações na cobertura jornalística da vida social local. A partir desta percepção, tornou-se imprescindível dedicar a ele não apenas um registro, mas um capítulo específico.

Outra importante modificação da estrutura desta monografia, foi a mudança do foco de atenção que a princípio estava centrado no perfil das

colunas sociais individualmente, bem como da personalidade de seus produtores. Ao longo do recolhimento dos depoimentos, tornou-se mais importante captar o posicionamento dos colonistas a respeito de problemáticas e questões polêmicas que compõem o cotidiano da produção do colonismo social. Estes depoimentos sim, foram muito mais reveladores a respeito da prática do colonismo social em Florianópolis do que o método anteriormente elaborado seria.

Por isso, é válido insistir mais uma vez que é preferível pensar que este trabalho não é conclusivo a respeito do colonismo social florianopolitano, mas sim o ponto de partida para a descoberta de um universo ainda a ser explorado, sobre o qual muitas revelações ainda esperam para ser feitas.

- GASPAR, Maria Dulce. *Cartas de Prigônia*. Rio, Zilby, 1985. P. 12-61.
- GRASSI, Miriam P. *Domínios literários, Letras Espectrais: Gênero e Subjetividade na Antropologia*. XVII ABA, Belo Horizonte, abril 1992. (Série)
- LAUROU, Elize M. *Uma experiência vivenciada. In: Trabalho de campo e subjetividade. Publicação do Grupo de Estudos de Gênero e Subjetividade Epólis UFGC, 1992.*
- LEAL, Ondina Fachel. *A leitura social da novela das oito*. Petrópolis, Vozes, 1986. p. 11-29. (Paulo de Tarso)
- PERLONGER, Nestor. *O negócio do michê*. SP, Brasiliense, 1984. P. 17-37. (Crônica)
- SCHWABE, Elisete. *Poder do "sujeito", poder do "objeto"*. Idem.
- SILVA, Hélio R. S. *Travessia, a invenção do feminino*. Rio, Relume-Dumet, IUPERJ, 1983. (Daniele)
- _____, & MILITO, Cláudia. *Vozes do meio-fio*. Rio, Relume-Dumet, 1985. P. 9-15 e 167-188. (Marina)
- AN CAPITAL, Florianópolis, 11 de maio de 1997.
- AN CAPITAL, Florianópolis, 25 de maio de 1997.
- AN CAPITAL, Florianópolis, 8 de junho de 1997.
- AN CAPITAL, Florianópolis, 12 de junho de 1997.

BIBLIOGRAFIA

- BUFFON, Roseli. Encontrando uma tribo masculina de camadas médias.
- CALDEIRA, Teresa Pires do Rio Caldeira. Uma incursão pelo lado não-respeitável da pesquisa de campo. In: Ciências Sociais Hoje, vol. 1, CNPQ/ANPPCS, 1981, p. 332-354 (Paulo Henrique)
- _____. A presença do autor e da pós-modernidade em antropologia. Novos Estudos CEBRAP, n.21, julho de 1988, p. 133-157, (Solon)
- COSTA, Cláudia de Lima. O leite de Procusto. Gênero, linguagem e as teorias femininas. Cadernos Pagú (2), UNICAMP, Campinas, 1994, p.141-174.
- DA MATTA, Roberto. O ofício do etnólogo, ou como ter "Anthropological Blues". In: A Aventura Sociológica. Edson de Oliveira Nunes (org.) Rio, Zahar. P. 191-211. (Nathan)
- FLAX, Jane. Pós-modernismo e relações de gênero na teoria feminista. In: Pós-modernismo e política. HOLANDA, Heloisa Buarque de (org.), 2ª ed. Rio, Rocco, 1992, p. 217-250.
- GASPAR, Maria Dulce. Garotas de Programa. Rio, Zahar, 1985. P. 15-61.
- GROSSI, Miriam P. Devaneios Íntimos. Teorias Explícitas: Gênero e Subjetividade na Antropologia. XVIII ABA, Belo Horizonte, abril 1992. (Sérgio).
- LAGROU, Elsjé M. Uma experiência visceral. In: Trabalho de campo e subjetividade. Publicação do Grupo de Estudos de Gênero e Subjetividade. Fpolis, UFSC, 1992.
- LEAL, Ondina Fachel. A leitura social da novela das oito. Petrópolis, Vozes, 1986, p. 11-29. (Paulo de Tarso)
- PERLONGER, Nestor. O negócio do michê. SP, Brasiliense, 1984. P. 17-37 (Cristina)
- SCHWADE, Elisete. Poder do "sujeito", poder do "objeto". Idem.
- SILVA, Hélio R.S. Travesti, a invenção do feminino. Rio, Relume-Dumará: ISER, 1993. (Daniele).
- _____. & MILITO, Cláudia. Vozes do meio-fio. Rio, Relume-Dumará, 1995. P. 9-15 e 167-188 (Marina)
- AN CAPITAL. Florianópolis, 11 de maio de 1997.
- AN CAPITAL. Florianópolis, 25 de maio de 1997.
- AN CAPITAL. Florianópolis, 8 de junho de 1997.
- AN CAPITAL. Florianópolis, 12 de junho de 1997.

AN CAPITAL. Florianópolis, 15 de junho de 1997.

AN Capital. Florianópolis, 29 de junho de 1997.

JORNAL INDÚSTRIA E COMÉRCIO. Florianópolis, 26 de junho de 1997.

O ESTADO. Florianópolis, 8 de novembro de 1970.

O ESTADO. Florianópolis, 15 de outubro de 1974.

REVISTA O CRUZEIRO. Rio de Janeiro de Janeiro, dezembro de 1972.

TRIBUNA DA IMPRENSA. Rio de Janeiro, 14 de outubro de 1974.