

Radar e espelho das elites: caminhos para o colunismo social

Radar and Mirror of the Elites: paths to reporting society

Karina Garcia Santos Cruz^a, Fernanda Rios Petrarca^b, Ernesto Seidl^c

Resumo O artigo explora as relações entre colunismo social e legitimação de grupos dominantes. Com base no estudo dos trajetos sociais de um conjunto de colunistas em Aracaju/SE, a pesquisa procurou demonstrar como a elaboração de suas carreiras depende de uma dinâmica que envolve, ao mesmo tempo, o entretenimento de relações intensas com os grupos dominantes e a necessidade de identificação e de inserção naquele universo. Para se credenciarem como profissionais eficientes no trabalho de celebração das elites é necessário que reúnam certos recursos e habilidades para afirmar e consolidar sua posição. A conquista de uma reputação, de reconhecimento e legitimidade pelos colunistas depende diretamente desses recursos e pode levar maior ou menor tempo e, inclusive, nunca se consolidar.

Palavras-chave Colunismo social. Elites. Grupos dominantes. Consagração social.

Abstract *This article discusses the relations between social reporting and the legitimation of ruling groups. Focused on the social itineraries of a group of journalists in the Brazilian State of Sergipe, the research shows how the course of their careers relies on a dynamic that involves the entertainment of intense relationships with dominant groups, as well as recognition to enter that universe. In order to be recognized as efficient professionals in the work of celebrating the elites, they must gather certain key resources and skills. Winning a reputation, recognition and legitimacy as a social columnist depends directly on these resources, and can take more or less time and, yet, never be accomplished.*

Keywords *Society reporting. Elites. Dominant groups. Social consecration.*

-
- a Doutora em Sociologia. Pesquisadora do Laboratório de Estudos do Poder e das Elites (LEEP), Universidade Federal de Sergipe. e-mail: karinagarciaufs@yahoo.com.br
- b Doutora em Sociologia. Professora do Departamento de Ciências Sociais e pesquisadora do Laboratório de Estudos do Poder e das Elites (LEEP), Universidade Federal de Sergipe. Bolsista de Produtividade do CNPq. e-mail: f.petrarca@hotmail.com
- c Doutor em Ciência Política. Professor do Departamento de Sociologia e Ciência Política da Universidade Federal de Santa Catarina. Bolsista de Produtividade do CNPq. e-mail: ernestoseidl@gmail.com

INTRODUÇÃO

Entendidas como grupos que ocupam posições dominantes em diferentes esferas do mundo social, as elites têm se constituído como objeto de estudo de interesse crescente nas Ciências Sociais e permitido formulação de conjunto diversificado de interrogações¹. Dos “dirigentes” aos “poderosos”, dos “abastados” aos “dominantes”, o uso de diferentes termos para definir *as elites* revela, contudo, alguns pontos em comum da agenda de pesquisadores/as. Na esteira dos trabalhos de Bourdieu (1989, 2007, 2017), a questão de fundo que se coloca é antes de tudo compreender as condições de constituição de determinados espaços e os princípios de hierarquização que os organizam a partir da objetivação daqueles indivíduos que ocupam posições de poder e prestígio². Conectada a essa perspectiva, a indagação sobre os mecanismos de distinção, de acúmulo de capital de notoriedade e as diferentes estratégias de consagração mobilizadas pelos grupos dominantes para manter e preservar suas posições também aparece como central.

Foi no bojo dessas discussões que os estudos em torno do colonismo social passaram a integrar, embora com timidez, pesquisas endereçadas aos grupos dirigentes. Uma vez que a construção, preservação e reforço das fronteiras sociais e das hierarquias distintivas dependem também da exposição intensa dos dominados ao universo dos dominantes, um dos pontos de partida das análises foi objetivar o colonismo como parte das diferentes estratégias de legitimação de grupos sociais já favorecidos, ou daqueles em processo de ascensão e em busca de afirmação no espaço social. Nesse sentido, o trabalho jornalístico operado pelos colonistas figuraria como peça importante dos mecanismos de exposição e celebração do estilo de vida das elites, com frequência devotado a causar admiração e fascinação. Isto é, teria por finalidade universalizar os interesses e as especificidades das classes dominantes, garantindo que seu modo de vida particular seja admirado por todos (PINÇON; PINÇON-CHARLOT, 2013).

Por outro lado, o retrato de parte dos dominantes pintado nas colunas é alvo preferencial de consumo pelos próprios grupos em posições de vantagem e, pode-se intuir, também entre aquelas frações intermediárias em ascensão ou com aspirações promocionais. De fato, as estratégias de consagração desempenham não apenas papel relevante na universalização de um *ethos* de classe, mas

1 Agradecemos a Débora Previatti pelas críticas e comentários a versão inicial deste artigo. Também somos gratos aos pareceristas de Plural pelas diversas recomendações.

2 Sobre as principais discussões recentes no campo de estudos das elites no Brasil, sugerimos consultar em especial Seidl (2013), Reis; Grill (2014, 2016), Perissinotto; Codato (2015), Petrarca; Oliveira (2016), Grill; Reis (2020).

também compõem as estratégias de concorrência entre os grupos dominantes e entre aqueles em busca de afirmação, como os *emergentes* ou *novos ricos*³. Foi nessa direção, por exemplo, que o colonismo ganhou corpo no curso dos anos 1920 como mecanismo de controle dos “recém-chegados”. Com o intuito de fornecer solidez à fragilização de suas posições de poder frente aos “novos ricos” – que emergiram nos Estados Unidos no contexto do pós-Guerra Civil do início do século XX –, as famílias tradicionais lançaram mão de um novo tipo de recurso: reforçar sua origem e importância e celebrar suas práticas por meio dos jornais e revistas. Note-se que em um dos primeiros trabalhos empíricos dedicados às elites (MILLS, 1956), Wright Mills demonstrou com detalhes as conexões entre diferentes grupos dominantes nos Estados Unidos e seus mecanismos de consagração, como o *café-society*.

No Brasil, são escassos estudos que enfoquem sociologicamente a relação do colonismo social com a mecânica dos espaços do poder ou que procurem objetivar as condições sociais de existência daquele ofício. A grande maioria dos trabalhos disponíveis vem do campo da Comunicação Social e da História e se interessa, em especial, pelo vínculo entre colonismo e elites a partir das representações expostas na mídia (BORN, 2011; MARIA, 2011; GALDINO, 2013), ou pela reconstrução do colonismo como fenômeno jornalístico importado e adaptado ao Brasil e em transformação (TRAVANCAS, 2001; COUTINHO, 2002, 2008, 2011; PAIVA; SODRÉ, 2004; MARIA; TEMBIL, 2008; SOUZA, 2008, 2009; SANT’ANA, 2014). Com variações, parte desses estudos tende a analisar como o colonismo, ao estampar imagens e descrever cenas do cotidiano, reproduz os modos de ser e de agir dos grupos dominantes, tais como comportamento, vestuário, espaços sociais frequentados, festas e eventos, habitação, viagens, esportes e lazer. A ênfase nessas pesquisas costuma recair sobre o conteúdo expresso nas páginas sociais e sua função como instrumento de legitimação das formas de vida e de expressão das elites, sobretudo em termos de consumo e estilo de vida (LIMA SILVA, 2017).

Com viés distinto, a pesquisa realizada por Lima (2004; 2007a; 2007b) junto ao universo dos *emergentes* no Rio de Janeiro revela o processo de afirmação de um novo segmento social em ascensão nos anos 1990. Apoiada em etnografia e em publicações – sobretudo de colonistas sociais influentes –, mostra a constituição da categoria emergente ou “nova sociedade emergente” e de um *ethos* próprio

3 Caberia lembrar igualmente a importância que tem a exposição midiática como tentativa de notabilização de indivíduos ou grupos (bandas de música, movimentos, coletivos) sobretudo no espaço artístico, televisivo e intelectual. A esse respeito, consultar o livro *Cidade dos Artistas: cartografia da televisão e da fama no Rio de Janeiro* (PAIVA; SODRÉ 2004).

associado a noções como produtividade, competitividade e êxito econômico. No cerne do processo intrincado de valorização de um grupo social, de práticas menos-prezadas e opostas às do universo das elites “tradicionalistas”⁴ – como o consumismo e a ostentação de riqueza, os investimentos físicos e a exposição social – está o trabalho de divulgação e categorização operado por certos jornalistas.

Assim, ao selecionar o *que* e, sublinhe-se, *como* irá apresentar o grupo, a coluna social forneceria existência ao mesmo, nomeando-o e marcando sua distinção no espaço social (PROST, 1998). Se nesse processo as lutas por representação têm tanta força quanto as lutas econômicas, como mostra Chartier (1990), compreende-se melhor a disputa pelo acesso aos principais espaços de representação na mídia, centrais na produção de fascinação e intimidação frente aos demais (PINÇON; PINÇON-CHARLOT, 2013). E à medida que novos grupos sociais buscam condições de se afirmar socialmente, compreende-se também a lógica concorrencial que tem orientado o investimento no ofício de colunista e no surgimento de novos profissionais e de novos espaços, sejam colunas em jornais, revistas, blogues, *sites*, portais e, mais recentemente, em redes sociais.

Após um período de apogeu do colunismo “tradicional” iniciado nos anos 1950 e devotado à cobertura dos frequentadores do *grand monde*, que consagrou no Brasil Ibrahim Sued como ícone maior do ofício de cobrir a vida dos mais ricos e “tradicionalistas”⁵, essa vertente do jornalismo passou por mudanças importantes entre as décadas de 1980 e 1990. Novos grupos sociais se consolidaram nas esferas econômica, política e cultural e passaram a receber atenção da mídia. Esta, por seu turno, encontrava um novo público que ganharia espaço nos meios disponíveis para os novos poderosos, ricos e famosos, incluindo as novas celebridades, cuja existência social passaria a depender em grande medida da exposição midiática – a *classe mídia* (PAIVA; SODRÉ, 2004). Em suma, no novo colunismo social que se consolidou no período, o peso do sobrenome compete com outros indicadores de *status* que ganham valor, como a riqueza ostentatória e a fama – associada sobretudo às telenovelas, à produção cultural, à música e outras artes, e aos esportes.

Mas além do que se poderia nomear como “culto às elites”, o colunismo passou a desempenhar também outra função importante dentro dos jornais: o da defi-

4 Sobre as práticas culturais e preferências estéticas de frações dominantes no Brasil, consultar Pulici (2011, 2014, 2015, 2020) e Fernandes; Pulici (2016).

5 Raquel Paiva e Muniz Sodré sintetizam o colunismo social do período nos seguintes termos: “Nos anos 50, a função histórica desse gênero jornalístico era a de assinalar a chegada à coalizão dominante do Brasil de setores ponderáveis da burguesia industrial e mercantil, que depois da Segunda Grande Guerra foi aos poucos tomando lugar da classe agrário-exportadora. A temperatura ideológica da coluna, ou seja, aquilo que constituía o “tom” jornalístico da visibilidade social da nova fração de classe no poder, consistia na celebração de sinais exteriores de consumo de luxo” (2004, p. 25).

nição de um público consumidor em potencial (LIMA SILVA, 2017). É nessa lógica que entraram em cena os anunciantes e a publicidade, assumindo papel essencial na definição daquele espaço no interior dos jornais. Tal transformação permitiu a formação de um profissional específico capaz de “definir o colunável” – em vários sentidos – e, ao mesmo tempo, anunciar bens, serviços e mercadorias, buscando rentabilizar economicamente aquele trabalho. Essa relação potencializou em muito a atividade do colunista. Por um lado, contribuiu para ampliar seu trânsito pelos circuitos de elite e por frações sociais ascendentes, o que se traduz em convites para uma miríade de atividades como festas, inaugurações, salões de promoção e eventos muito variados, além de ganhos financeiros. Por outro, fortaleceu sua posição como *mediador* no jogo de circulação de bens simbólicos entre o público objeto das colunas e das notas e o público consumidor.

No presente artigo toma-se os colunistas sociais como atores centrais. Procura-se, em especial, demonstrar como a elaboração de suas carreiras depende de uma dinâmica que envolve, ao mesmo tempo, o entretenimento de relações intensas com os grupos dominantes e a necessidade de identificação e inserção naquele universo. Nessa dinâmica de luta por representação e notabilidade, o trabalho dos colunistas é crucial. Ao servirem aos grupos dominantes – ou a aspirantes –, cabe aos colunistas capturar, editar e projetar na mídia elementos de distinção social que celebrem as formas de vida dos poderosos. Ocorre, no entanto, que para serem reconhecidos e angariarem legitimidade junto àqueles que pretendem representar, os colunistas precisam acumular um capital específico que lhes permita dar cara e voz ao grupo.

Em síntese, para se credenciar como profissionais eficientes no trabalho de celebração das elites é necessário que, além de disposições sociais compatíveis com as dos dominantes, reúnam recursos e habilidades para consolidar sua posição. A conquista de uma reputação, de reconhecimento e legitimidade pelos colunistas depende diretamente desses recursos e pode levar maior ou menor tempo e, inclusive, nunca se realizar. Oriundos de posições sociais intermediárias, o empenho cobrado dos colunistas investigados no trabalho de representação dos dominantes passa, em primeiro lugar, pela aproximação com parte daquele universo, tanto no que diz respeito aos gostos e modos de agir dos poderosos quanto às redes de relações e laços de amizades.

A conquista de uma posição legítima no espaço dos dominantes exige que os colunistas lancem mão de diferentes estratégias voltadas ao acúmulo de reconhecimento e, sobretudo, de um portfólio robusto de relações, logo, de possíveis fontes. Entre essas estratégias, destacam-se: alianças políticas, apadrinhamento, integração aos grupos familiares (por matrimônio, compadrio ou amizade), incor-

poração e aprimoramento dos “modos de fazer e agir” daqueles grupos, como etiquetas, vocabulários, trejeitos, maneirismos etc. Reportar a vida social das elites, cobrir seus eventos privados e estampá-los nas páginas dos jornais envolve, assim, também compartilhar em alguma medida princípios de visão de mundo e acumular um capital de relações que fundamente seu reconhecimento e prestígio.

Mas seria preciso notar que os casos de colonistas herdeiros e herdeiras de famílias privilegiadas, ou que tenham experimentado rápida ascensão social, e sejam, eles próprios, parte do universo dos dominantes (como Zózimo do Amaral ou Hildegard Angel), não são incomuns na história do colonismo brasileiro. Também é preciso ter em conta que aos poucos grandes ícones do jornalismo de celebridades das principais capitais soma-se vasto exército de indivíduos, espalhados Brasil afora, que exerce tarefas similares em cidades de portes os mais variados⁶. Embora não se disponha de dados sobre as origens sociais dos colonistas no país, tudo leva a crer, no entanto, que os bem-nascidos sejam absoluta minoria e que o exercício da especialidade do jornalismo tenha se tornado, definitivamente, uma atividade de indivíduos oriundos de classes intermediárias⁷.

A análise realizada teve como ponto de partida as condições e as estratégias de afirmação dos colonistas e sua relação com os grupos dirigentes. O principal recurso metodológico utilizado foi a análise biográfica (PUDAL, 1994; PENEFF, 1994) e a tentativa de reconstituição dos trajetos sociais e profissionais dos colonistas de maior reputação no estado de Sergipe. Os procedimentos de pesquisa se apoiaram sobretudo em entrevistas e em publicações variadas em jornais, *sites* e revistas de Aracaju, assim como em observação direta e participante. A pesquisa foi realizada em duas etapas. Uma primeira e mais extensa entre 2014 e 2015, baseada em entrevistas e observações com seis colonistas, além de entrevista com um jornalista e dono de jornal de longa carreira. E uma segunda etapa, em 2020, subsidiada por material variado de publicações em jornais, blogues e *sites*, canais de TV e em redes sociais. Foram realizados novos contatos com parte dos profissionais entrevistados e dos jornais, e um jornalista de Aracaju foi mobilizado como informante.

O texto está dividido em dois pontos principais. Num primeiro momento, abordamos os itinerários sociais e profissionais dos colonistas a fim de demonstrar em que medida seus universos de origem, socialização e os espaços sociais em que se

6 Ver, por exemplo, a matéria sobre os colonistas de pequenos veículos de comunicação no estado de São Paulo (cf. HIRAOKA, 2012).

7 Não parecem ser raros casos de colonistas que realizam outras atividades profissionais ao mesmo tempo, algumas completamente distantes do jornalismo. Um caso notório é o de Eduardo Real Conill, experiente colonista do Correio do Povo de Porto Alegre, que seguiu sua carreira como funcionário do Banco Central até a aposentadoria. Cf. Farias (2011).

inserir respaldam e contribuem para o exercício profissional do colunismo. Num segundo momento, damos atenção ao conjunto de habilidades e às estratégias de investimento de si essenciais para o exercício do ofício.

TRAJETOS SOCIAIS, AFINIDADES E REDES DE RELAÇÕES: CAMINHOS PARA O JORNALISMO DAS ELITES

Como indicado, o exame do colunismo social como instrumento de legitimação das elites coloca como problema de base para este trabalho o peso que os laços constituídos com os grupos dominantes representa no exercício profissional. Nessas condições, a inserção em espaços sociais de circulação daqueles grupos torna-se central para permitir não apenas a entrada na carreira, mas também a construção de um *ethos* profissional e a aquisição de uma reputação. Entre tais espaços destacam-se a escola, a *família* em sentido amplo, as redes de amizades e mesmo agremiações e partidos políticos.

Antes de expor os elementos biográficos que interessam a este trabalho, é preciso situar o contexto empírico mais amplo em que o fenômeno do colunismo foi aqui estudado. Parte de suas peculiaridades o afastam, em alguma medida, daquele encontrado em cidades grandes e centrais do país, como Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília, mas seguramente o aproximam de configurações de muitas outras cidades, como João Pessoa, Maceió e Teresina. O primeiro aspecto a considerar é o tamanho e a demografia do universo em questão. Sergipe é o menor estado em território do Brasil e tem população estimada em torno 2,3 milhões de habitantes, o que corresponde a cerca de 3% da população total da região nordeste⁸.

A região metropolitana da capital Aracaju concentra quase metade da população. Além da concentração demográfica, também reúne a maior fatia de serviços e gera parte expressiva da riqueza no estado⁹. Em Aracaju estão as principais estruturas de oferta de praticamente todos os serviços comuns a capitais de estado, como escolas, uma universidade federal e uma grande universidade particular, serviços de saúde, shoppings e redes de supermercados, lojas, hotelaria, restauração, bares e outros espaços de lazer e diversão. A região metropolitana também sedia parte expressiva das grandes empresas no estado, com destaque para a

8 O estado possui 75 municípios, dos quais cerca de 70% têm população inferior a 20 mil habitantes e mais de 90% têm menos de 30 mil. Quase 40% dos municípios sergipanos têm menos de 10 mil habitantes e, desses, boa parcela possui menos de 5 mil (cf. IBGE, 2018).

9 Em síntese, trata-se de um estado muito pequeno do ponto de vista territorial e populacional, com alta concentração demográfica (litorânea) e econômica e fortes características rurais. Dado o tamanho e a base econômica da vasta maioria dos municípios, calcada na pequena produção agropecuária, tem-se um panorama de pequenos e micromunicípios de contornos rurais e comunitários.

Petrobras, presente em Sergipe desde os anos 1960. É importante registrar a forte expansão econômica e urbana conhecida por Aracaju entre os anos 2000 e 2015, sobretudo o impulso imobiliário e varejista – acompanhado por intenso processo de enobrecimento urbano¹⁰ –, além do crescimento expressivo do contingente de professores e alunos da Universidade Federal de Sergipe.

O tamanho reduzido do espaço social mais amplo encontrado em Aracaju tende a se refletir numa diversificação social relativamente reduzida entre as frações sociais mais altas, em que as camadas mais abastadas representam um universo pequeno e bastante homogêneo, sobretudo em termos de estilo de vida e de consumo¹¹. Isto é, trata-se de uma configuração na qual as fronteiras simbólicas entre diferentes frações das classes superiores e intermediárias são relativamente menos marcadas e certos espaços, instituições e práticas com forte potencial de distinção social – como escolas, butiques e restaurantes – estão longe de serem exclusivas ou ultra exclusivas¹². Em consequência, um grau elevado de interconhecimento, dependência e interações marca o espaço das elites, bem como do jornalismo e dos colunistas. É por esse espaço que procuram transitar e atuar os colunistas aqui estudados.

A definição do universo de profissionais do colunismo apoiou-se basicamente na visibilidade dos colunistas em função do peso do veículo em que atuavam – especialmente jornais e televisão. A esse critério adiciona-se: i) tempo e constância de exercício da atividade; ii) reconhecimento entre os pares e entre os grupos da elite. Isso permitiu chegar a um conjunto de setes colunistas (três homens e quatro mulheres)¹³ que têm produzido conteúdo considerado como *colunismo social* nos principais jornais e em outras mídias, sobretudo na televisão e na internet (blogues e *sites*). De diferentes gerações, com tempo de exercício distinto e graus de reconhecimento e de “sucesso” profissional também bastante variados, esses indivíduos compõem o que seria o espaço do colunismo social em Aracaju.

10 Elementos sobre o processo de gentrificação ou enobrecimento urbano experimentado por Aracaju podem ser encontrados nos trabalhos de Souza (2004), Pereira (2009) e Rabelo (2010).

11 As desigualdades de rendimento são, contudo, bastante intensas no estado. Desde 2019 Sergipe aparece com o maior índice de Gini entre as 27 unidades da federação do Brasil, o que indica alta concentração de renda. O rendimento médio mensal de 1% das pessoas com maiores rendimentos era de R\$ 17.039, o que equivale a 31,4 vezes o valor dos 50% da população com os menores rendimentos (R\$ 543,00). Os 10% da população com os menores rendimentos detinham 0,7% da massa de rendimento salarial, enquanto os 10% com maiores rendimentos concentravam 47,3% (cf. IBGE, 2020).

12 Diversos exemplos de escolas e instituições voltadas exclusivamente a frações dominantes podem ser encontrados em Almeida; Nogueira (2002) e Almeida (2009). Sobre as práticas de consumo, os cuidados de si e os eventos sociais de frações das elites cariocas conhecidas como emergentes ou novos ricos, consultar Lima (2007a, 2007b).

13 Registra-se o insucesso em contatar e estabelecer qualquer relação de pesquisa com um colunista com muitos anos de atuação. Apesar de diversos esforços, não foi possível obter dados biográficos e profissionais suficientes para este estudo.

O tempo de atuação como colunista é um primeiro indício de êxito relativo no ofício. Quando essa pesquisa foi iniciada, em 2014, uma colunista atuava há mais de trinta anos, dois profissionais há cerca de vinte anos, dois há dez anos e um deles há menos de cinco. Na segunda etapa da investigação, em 2020, três dos colunistas haviam deixado de trabalhar como tais. Desses, dois ainda atuavam na área jornalística (ver tabela mais abaixo).

Como em diversos ofícios e áreas profissionais, mas em especial naqueles que dependem mais da prática do que de credenciais formais, a duração no colunismo – o *tempo de ofício* – é trunfo valioso. A precocidade na estreia profissional e a manutenção do engajamento profissional favorecem o acúmulo de experiências e de saberes peculiares (que aparecem sob expressões como “bastidores”, “fofocas”, “filigranas” e outros termos que indicam intimidade e acesso a informações raras), e investimento intenso nas relações com os grupos de colunáveis. Como será tratado adiante, tal condição é básica para o fortalecimento dos laços sociais formados e a construção de um nome.

O exame das origens sociais dos colunistas revela predomínio de indivíduos oriundos de camadas médias urbanas em ascensão, com alguma proximidade a grupos familiares tradicionais e a indivíduos em posições de poder e influentes. Para parte deles, essa proximidade constituiu elemento decisivo no acesso aos meios de comunicação e ao exercício do ofício e, em especial, ao universo social ao qual se dedicariam a cobrir.

A única colunista cujas características e recursos de origem destoam bastante dos demais é justamente membro de um dos grupos familiares mais importantes de Sergipe, cuja afirmação remonta aos anos 1940. Neta de fazendeiros, chefes políticos e militares, seu grupo familiar inclui vasto rol de proprietários de terras e de gado, além de empresas de diversos ramos, com destaque à posse de rádio, jornal e televisão. Ao lado de atividades empresariais, muitos dos membros da família alcançaram mandatos como senadores, deputados federais e estaduais e prefeitos. Sua mãe é ela própria jornalista, e o pai fazendeiro e político (ex-prefeito de dois municípios e ex-deputado estadual), primo de personagem maior da política regional – um ex-governador, grande empresário e dono de meios de comunicação. O conhecimento de suas origens, o domínio das ocupações e do grau de prestígio do grupo ao qual pertence aparecem nas respostas bastante detalhadas sobre “sua família”, com indicações sutis quanto ao peso da origem no êxito profissional:

Meus avós são fazendeiros, tanto materno quanto paterno. O materno foi militar do mais alto cargo e meu avô paterno foi político, prefeito de X (município

histórico, a cerca de 20 km da capital) por duas vezes. Minha avó materna foi tabeliã, pois sua família tem cartório até hoje e é empresária; minha avó paterna sempre foi dona de casa (entrevista com FM).

Minha família foi sempre conhecida, então isso sempre facilitou meu caminho, abriu portas. Mas se eu não tivesse feito um bom trabalho, já não estaria atuando como colunista (entrevista com FM).

As condições de estreia de FM como colunista são reveladoras. Membro de um grupo familiar dono de diversos meios de comunicação, chama a atenção ter atuado desde o início, contudo, em jornal de um importante ex-aliado político de seu grupo familiar, com o qual havia rompido em 1985 e desde então se tornado o principal rival. A ruptura se deu com o primo do pai de FM, figura de primeira grandeza da política sergipana. Mas os laços de amizade com o pai da colunista foram mantidos. Formada em Jornalismo nos anos 1990, ela relembra quando teria recebido o convite de um “amigo da sua família” para trabalhar no jornal X, assumindo o caderno V. Tratava-se de nome muito tradicional na política de Sergipe (ex-ministro e ex-governador, entre outros cargos) e poderoso empreendedor do Estado. Conforme FM relata:

Aconteceu depois de uma conversa informal que ele teve com meu pai dizendo: ‘estou querendo colocar uma pessoa no caderno do colonismo e vislumbrei sua filha, o que você acha, X?’ Ele disse que achou ótimo. Meu pai sabe que sempre fui muito comunicativa, bem recebida por todo mundo e o colonismo social ia se encaixar perfeitamente no meu perfil, na minha personalidade. O negócio deu tão certo que em menos de três meses eu já estava com o caderno.

Se a entrada de FM no jornalismo aos 20 anos de idade, em meados da década de 1990, e sua rápida afirmação como colunista devem muito à reunião de condições mais do que privilegiadas, chama a atenção que os relatos de outros de seus colegas de ofício também indiquem o peso de vínculos de base familiar, ainda que bastante mais modestos. Essas ligações são realçadas pelos indivíduos ao reconstituírem seu universo de origem e o acesso ao colonismo. Aparecem, com frequência, como o elemento que compensaria a relativa modéstia da posição da família e de seus recursos culturais, percebidos como muito inferiores aos da “elite de Aracaju”.

Herdado de seus familiares e adensado pelos futuros colunistas em experiências diretas de convívio nas escolas, em atividades de esporte, lazer e diversão, parte desse capital de relações viria a se traduzir precocemente em vínculos

duradouros de conhecimento e de amizades com filhos e filhas de grupos da elite. Como relembra GS, nascida no final da década de 1970, filha de um advogado e de uma dona de casa, que após cerca de 15 anos atuando como colunista social dedica-se atualmente a escrever sobre design, decoração e moda:

Minhas amizades na escola eram as filhas do pessoal do GBarbosa¹⁴, filhas de ex-prefeitos, ex-governadores, e são minhas amigas até hoje. Lembro-me que íamos fazer trabalhos juntas e o motorista ia me buscar. Era realmente uma catapulta. Fui fazendo amizades, convivendo com esse pessoal ainda que não tivesse no mesmo patamar. Mesmo assim, você acaba incorporando a cultura (entrevista com GS).

A frequência de escolas particulares destinadas às camadas médias e altas de Sergipe, além de outros espaços comuns a membros da elite, revela não apenas as condições de contato e convívio com parte daqueles indivíduos, mas também o compartilhamento de referências culturais e de expectativas, de estilo e de certos padrões de consumo. Embora muito menos privilegiados em recursos econômicos e em prestígio do que os filhos da “alta sociedade” – a julgar pelas ocupações dos pais –, trata-se aqui de indivíduos que desfrutaram de experiências em parte semelhantes às vividas pelos jovens da elite sergipana, o que sugere a incorporação de disposições sociais afins.

Isso é perceptível nos relatos que produziram sobre suas práticas desportivas (vôlei, balé clássico, natação) e artísticas (teatro, pintura, dança), a frequência de clubes sociais e esportivos (sobretudo, o outrora famoso Iate Clube de Sergipe), os investimentos em cursos de inglês e espanhol e, destaque-se, as viagens para outras regiões iniciadas na infância (Bahia, Rio Grande do Sul, Pernambuco, Rio de Janeiro e São Paulo). Nesses espaços também conviveram com “gente da alta” – parte deles, já seus colegas de estudo – e aprenderam habilidades socialmente valorizadas e que souberam identificar, como certa “bagagem cultural”, “o gosto por viagens”, o cuidado de si, o apreço pela “boa aparência”; enfim, uma série de códigos reconhecidos como legítimos pelas camadas superiores naquela configuração social.

14 Fundada em 1955, é uma das maiores redes de supermercados da região Nordeste e inclui outros tipos de lojas. Foi adquirida pela empresa chilena Cencosud em 2007. Sobre a fundação e desenvolvimento desse grupo e de outros grandes varejistas, ver Leandro (2014).

Quadro. Algumas propriedades dos colonistas

	Idade	Ocupação pais	Escolaridade	Casamento	Ensino Sup.	Inserção e Trunfos	Início	Tempo profissão
BT	+ 60 anos	Mãe funcionária da Justiça do Trabalho	Escola Particular	Solteira; sem filhos	Não diplomada. Obteve licença para atuação	Convite de dono de jornal/ Amizade com dono de meios de comunicação, usineiro e político	1978	42 anos ativa
FM	+ 40 anos	Mãe jornalista/ pai fazendeiro e político	Escola Particular	Advogado Sócio de escritório no RJ; 1 filho	Graduação em Jornalismo	Convite de dono de dono de jornal, importante empresário e político, amigo do pai	1996	24 anos ativa
SD	+ 50 anos	Fazendeiro e mãe vereadora	Escola Particular	Solteiro; sem filhos	Graduação em Jornalismo Mestrado em Letras	Amizade com filha de dono de jornal, importante empresário e político	2010	10 anos ativo
RE	30 anos	Pai empresário do ramo de veículos e mãe promotora de eventos	Escola Particular	Solteiro; sem filhos	Graduação em Jornalismo	Amizade com importante empresário do entretenimento e próximo a grupo familiar tradicional no estado	2011	4 anos como colonista; 9 anos de jornalismo; Não atua mais como colonista
LM	+ 40 anos	Mãe cabeleira e pai funcionário público	Escola Particular	Solteiro; sem filhos	Graduação em Jornalismo	-	2001	19 anos de atuação no jornalismo Não atua mais
GS	+ 40 anos	Pai advogado e mãe cuidadora do lar/sem profissão	Escola Particular	Divorciada; Foi casada com dono de agência de publicidade, com atuação em sindicato; 2 filhos	Graduação em Direito	-	2005	15 anos de atuação no jornalismo e 20 no jornalismo; Não atua mais como colonista

Fonte: Quadro elaborado pelos autores com base em entrevistas.

ALGUMAS PROPRIEDADES DOS COLUNISTAS

Chama a atenção o fato de somente duas colunistas, ambas mulheres, terem se casado. Os outros quatro, dos quais três homossexuais, indicaram nunca terem tido matrimônio e se mostraram reservados quanto à vida sentimental¹⁵. As informações obtidas apontam enlances matrimoniais com homens de carreira em ascensão. Um na área de comunicação, publicidade e propaganda, com inserção politizada na profissão (publicitário, dono de agência de comunicação e ex-presidente de sindicato da área); e outro com atuação em Direito numa grande capital fora do estado (sócio proprietário de escritório). Apenas essas duas profissionais que se casaram tiveram filhos - um ainda criança (FM) e outros dois já adultos (GS), um já graduado e outra cursando universidade privada em Aracaju.

HABILIDADES PARA A ATUAÇÃO PROFISSIONAL

Como já apontado ao longo deste artigo, o exercício do ofício de colunista social envolve um jogo duplo: de um lado, um esforço pelo reconhecimento dos dominantes, daqueles consagrados como “colunáveis” e que esperam, por sua vez, benefícios múltiplos ao serem objeto de consagração na imprensa. Este reconhecimento pode ser aferido sobretudo pelo envio ao colunista de informações em primeira mão, de furos ou fofocas de caráter variado, além de convites para eventos restritos. De outro, uma capacidade, adquirida no âmbito dos seus ofícios e no próprio exercício da atividade, de definir quem pode ser classificado como “colunável”, o que contribui para tornar os colunistas indispensáveis para aqueles que pretendem ascender socialmente. Esse duplo papel, portanto, torna-os dependentes dos grupos dominantes mas também permite certa dose de autonomia que lhes permite fazer o “jogo das elites” e, em determinadas situações, conduzir as jogadas, definindo quem pode ser “colunável” e sob quais condições pode adentrar esse universo. De fato, em Aracaju é reservada apenas às poucas profissionais de maior reputação o poder de barganhar o acesso à visibilidade das colunas e à opinião favorável das colunistas, tão caro àqueles em busca de afirmação ou sucesso.

Suas jogadas tendem a ser mais arriscadas com os *recém-chegados* ou com os *outsiders*, aqueles que aspiram a entrar no mundo dos dominantes e não detêm

15 Caberia registrar a circulação corrente da informação de que uma das colunistas em questão - a mais bem-sucedida e prestigiada de Sergipe - teria mantido relação amorosa com um grande nome das elites mais tradicionais do estado, dono do jornal em que ela atua há décadas e tido pela própria jornalista como responsável por seu “salto na carreira” e por sua “vitória financeira”. Esta pesquisa não a indagou a respeito da suposta relação sentimental. Porém, é interessante perceber que esse vínculo, ao mesmo tempo de trabalho e de amizade, é expresso enfaticamente em texto que a colunista dedicou ao chefe e amigo por seu aniversário de morte. O texto se intitula, sugestivamente, “Éramos amigos”.

ainda os meios para tanto. Para esses, a função de mediador e de editor que controla a porta da exposição midiática e da natureza das informações realizada pelos colunistas é particularmente sensível. Assim como no espaço do jornalismo de um modo geral (e de uma infinidade de outras profissões e ofícios), a questão das habilidades, do *feeling*, do talento ou da *vocação* para o colunismo se presta a diferentes visões. Procuramos nessa pesquisa capturar quais seriam tais habilidades na configuração estudada, considerando tanto as interpretações e esquemas de compreensão fornecidos pelos próprios agentes, quanto sobre suas propriedades sociais e culturais apreensíveis pela análise.

De forma semelhante ao ofício de jornalista, o colunismo social também exige uma espécie de “dom” especial relacionado à construção de laços, de ampliação de redes de amizade e de investimento nas fontes de informação (NEVEU, 2001; PETRARCA, 2008). De forma semelhante a outros jornalistas, o colunista também “é um estrategista dotado de virtudes que não hesita em usar o seu tempo para renovar laços e ampliar contatos sociais que lhes possibilitem constituir um amplo caderno de endereços e agenda telefônica” (PETRARCA, 2008, p. 175).

Embora formados em sua maioria em jornalismo e com alguma experiência na profissão, a ausência de uma preparação formal específica para o colunismo fez com que a aprendizagem dos mecanismos e do funcionamento da atividade se desse de modo lento e progressivo. E antes de mais nada, como sublinhado por todos, de forma bastante empírica, no contato diário com as necessidades e o fazer cotidiano. Ademais, a incorporação do que seria um “modo de fazer” aparece de forma indireta por meio da leitura de colunas de nomes consagrados do centro do país e de revistas especializadas. De fato, a assimilação (e eventual imitação) de estilos, vocabulários e certas marcas de outros colunistas renomados costuma ser a regra no início dos jovens colunistas em início de percurso¹⁶ – à semelhança de outros *métiers* artísticos em que a “voz do autor” é encontrada após boas doses de imitações e mimetismos.

É corrente a percepção de que a profissão ocupa lugar central na vida dos jornalistas, de que ela é “definidora de uma identidade bem mais do que uma atividade ou emprego na vida de seus profissionais” (TRAVANCAS, 2001, p. 121). Isso exigiria

16 Foram mencionados dois pioneiros do colunismo brasileiro, ambos cariocas e abertamente inspirados pelos colunistas dos Estados Unidos, publicando pequenas notas sobre política e comentários sobre personagens da alta sociedade. Maneco Muller (1923-2005), considerado o “primeiro colunista”, que usava o pseudônimo Jacinto de Thormes e adaptou ao Brasil a prática americana de produzir listas das “10 mais elegantes”. E Ibrahim Sued (1924-1995), o mais célebre dos colunistas do país, cujo tom forte e, por vezes, agressivo das colunas tornou-se uma marca. Cf. Travancas (2001) e Moraes (2004).

“uma adesão de quem a escolhe que resultará em um estilo de vida e uma visão de mundo particulares” (TRAVANCAS, 2001, p. 121). Talvez o colunismo, em particular, constitua caso extremo entre os gêneros jornalísticos e predisponha com maior intensidade o profissional a uma visão de mundo peculiar, que o orienta a investimentos em outros universos de ação. Se o ponto de vista do colunista deve ser o das classes abastadas, da alta sociedade, é obviamente necessário que ele conheça e transite por esse universo. Caberia lembrar que a distância entre o universo social do colunista e o das elites é proporcional ao esforço cobrado aos primeiros na assimilação dos códigos e na compreensão dos modos de vida dos segundos.

Assim, procura-se aqui retrazar de modo sintético as habilidades apontadas pelos colunistas como indispensáveis para o “sucesso profissional” e sua relação com certos estilos de vida. No universo examinado, chama a atenção o relato recorrente de que o “perfil adequado” dos futuros colunistas teria sido notado por outras pessoas em busca de alguém para realizar a atividade. Em quase todos os casos, outro jornalista ou o próprio dono de um jornal, alguém por dentro tanto dos princípios gerais do colunismo e de seus requisitos básicos quanto do mundo dos poderosos.

Exemplo lapidar é o da colunista social mais celebrada de Sergipe, em atividade há mais de três décadas. Segundo narra, aos 19 anos iria começar a cursar Química na Universidade Federal de Sergipe, quando então teria sido “notada” pelo diretor de um jornal e futuro criador de outro veículo de maior circulação e prestígio – que hoje integra o patrimônio de um dos grupos familiares de maior reputação em Sergipe. A ocasião era um evento de “inauguração de veículos marítimos”, na qual a futura colunista trabalhava como promotora. O diretor do jornal reviveu esse contato com as seguintes palavras:

Posso dizer que fui o pai da colunista mais experiente em atuação hoje. Ela era bonitinha, loirinha, sabia se comunicar. Aquilo me chamou atenção. Estávamos sem colunista na época, então fiz o convite. Pedi para fazer o Gazetinha, com oito páginas direcionado ao público menor de 18 anos. Foi uma maneira que encontrei para atrair leitores jovens. O sucesso foi tão grande que dois anos após ela foi convidada para trabalhar no jornal X (entrevista com VI, nascido no final dos anos 1940, ex-diretor do jornal G e fundador do jornal X).

Características associadas a um capital físico como “aparência”, “juventude”, além de “simpatia” e “facilidade de comunicação” aparecem, de fato, como essenciais nos critérios de seleção para um *début* no jornalismo dedicado às altas rodas

da sociedade. Ser mulher ou se identificar com um “universo do feminino” também é elemento importante. Todos os jornalistas em questão estrearam no ofício bastante jovens, são brancos, têm aparência física cuidada e controle corporal. A esses atributos adiciona-se uma primeira habilidade – provavelmente a considerada mais imprescindível –, aqui denominada *interacional*, que se refere a uma noção bastante ampla e subjetiva ligada à capacidade de interagir, comunicar-se e criar conexões. Segundo os relatos, essa característica ou “jeito de ser” teria sido identificada nos colonistas precocemente por pessoas próximas e de seu convívio, como parentes e colegas de escola.

Na voz dos entrevistados, essas percepções aparecem como uma espécie de talento para “estabelecer vínculos facilmente”, saber “cativar pessoas”, “cultivar amizades”, transitar em “todas as esferas sociais”. Nessa direção, é comum os colonistas identificarem a capacidade de “estabelecer laços” como uma habilidade indispensável, como sugerido por MF neste relato: “meu pai sabe que sempre fui muito comunicativa, bem recebida por todo mundo e o colonismo social ia se encaixar perfeitamente no meu perfil, na minha personalidade”.

A segunda habilidade detectada e considerada essencial ao colonista seria a *de reproduzir hábitos*. Ela é percebida como a capacidade de incorporar e reproduzir gostos, práticas e estilos de vida dos colonáveis. Tal habilidade permitiria seu reconhecimento no espaço das elites. Trata-se, em primeiro lugar, de apresentar semelhanças perceptíveis – em todo caso, não destoar de modo explícito – com as pessoas da elite, de apresentar símbolos que permitam identificação imediata de adequação ao meio. Ou seja, vestir-se e usar acessórios de modo conveniente¹⁷, conhecer a moda, observar certa etiqueta e certa postura (física e social), em síntese, exibir modos e gostos ajustado ao meio frequentado. Essa habilidade é tanto mais exigente quanto maior a distância social entre o colonista e o mundo dos ricos e famosos¹⁸. E para alguns jornalistas, a aproximação inicial e convívio com esse universo antes de se tornarem *habitués* e (re)conhecidos pelo meio é reconstituída em tons de dificuldade. Filho de uma cabeleireira e de um funcionário público, cujo início na carreira se deu nos anos 2000 e durou por mais de 15 anos, LM explicita esse sentimento nos seguintes termos:

17 Neste artigo não serão abordadas as práticas de consumo e de sociabilidade dos grupos retratados nas colunas nem dos próprios colonistas. Guardadas as proporções, o universo dos “emergentes” da zona sul do Rio de Janeiro estudado por Lima (2004, 2007a, 2007b) apresenta muitas semelhanças com parte das elites de Aracaju, isto é: (...) zelam pela aparência, procuram qualidade de vida e ‘segurança’ para si e para os filhos, estudam inglês, gostam de lojas de grife (...)” (LIMA, 2004, p. 22).

18 Sobre os esforços para aquisição de recursos culturais legítimos e o sofrimento experimentado por indivíduos em processo de ascensão social, consultar Pulici (2016).

Prefiro chamar os grupos dirigentes, como você diz, somente de sociedade. Nela você não é bem recebido de cara, não. Ela primeiro analisa quem você é, qual seu comportamento, como você transita nos lugares, para então saber se deve te acolher ou não. Muita gente diz que quer ser colunista porque é um mundo de *glamour*. Mas não é assim, não. Não é um local de fácil acesso (entrevista com LM).

Também a aquisição dessa habilidade, a incorporação do sentido do jogo, como diria Bourdieu (2009), depende sobretudo de aprendizados conquistados de modo prático, no encadeamento de interações sociais de convívio com a gente da elite. Logo, as condições prévias de socialização e de circulação, a exposição aos valores, estilos e as interações diretas ou indiretas com os grupos dominantes representam trunfo de base, porém distribuídos de modo desigual.

Eu me dava bem com a galera da alta sociedade, com a galera do esporte, principalmente a que frequentava o Iate Clube de Aracaju, onde se reuniam pessoas da alta. Meu pai era atleta do Iate. Ele era caixa no Banco do Brasil e marceneiro nas horas vagas. Nós tínhamos esse convívio com essa galera (entrevista com BT, filha de funcionário de banco público e de servidora pública).

Nesse ponto em especial seria preciso considerar a variável etária ou geracional como elemento não negligenciável na aquisição de competências eficientes para a afirmação como colunista numa configuração como a de Aracaju. Isso porque o espaço social das elites – entendido como conjunto de posições sociais definidas de modo relacional – e, sobretudo, os espaços físicos por elas frequentados (escolas, festas, clubes, bares etc.) sem dúvida era muito mais reduzido e homogêneo até, pelo menos, o final dos anos 1990. Esse pequeno mundo social em que “todos se conhecem” não apenas era relativamente menor como também mais acessível, ao menos em parte, a indivíduos de origens menos privilegiadas. De modo particular, a convivência nos espaços de lazer nos poucos clubes e boates existentes na capital foi muito mais disponível aos colunistas mais velhos, cujos familiares, por sua vez, também tinham proximidade ou mesmo relações de amizade com membros em posições de reputação.

O tíquete para aproximação e inserção nas redes dos mais ricos e conhecidos na capital de Sergipe teve preços diferenciados e exigiram esforços distintos. Foram muito menos custosos, tudo indica, para aqueles mais velhos (caso de BT) e mais bem-nascidos (caso de FM). Para essas duas colunistas a aceitação nos circuitos que viriam a cobrir foi mais rápido e vivido de modo muito mais natural. E um dos

ingredientes chave para sua afirmação derivou desse acesso favorecido, traduzido na construção de extensos *networks*, de relações de confiança com vasta gama de pessoas e, muito em especial, com membros das principais linhagens familiares do estado¹⁹.

A terceira habilidade julgada indispensável aos colonistas sociais é o que se denomina *feeling*. Consagrado no jornalismo como *faro* (LOBO, 2010), costuma-se usar o termo como um tipo de pressentimento, de intuição, um radar de informação. Percebido com frequência pelos colonistas como um “dom”, trata-se na verdade de uma habilidade adquirida na prática do ofício e que tende, sem dúvida, a ser aprimorada pela experiência na atividade. O *feeling* seria notado na capacidade de se detectar a dinâmica e as alterações que ocorrem no espaço dos grupos dominantes, sobretudo em relação ao poder econômico, à evidência do dinheiro, aos que estão “em alta” ou “subindo”. Ele é um domínio prático do colonista sobre a estrutura do poder e as oscilações nas escalas de prestígio que envolvem rol extenso e consagrado de percepções e taxonomias, verbalizado em expressões como “tradicionais”, “conhecidos”, “em declínio”, “os que já eram”, “emergentes”, “novos ricos”, “enricados”, entre outros termos. É a partir desta habilidade que os colonistas podem desempenhar seu jogo duplo dentro do mundo dos dominantes.

O dinheiro já trocou várias vezes de mão. Muitos ricos da época não são mais ricos hoje. É aquela gangorra de condições sociais. Muitos emergentes não tinham nada e passaram a ter depois de algum esforço. Pessoas que chegaram de fora começaram a semear na cidade algum tipo de serviço. Pelo *feeling* a gente vai captando como a sociedade vai se estruturando, quem vão ser os “novos ricos” e quem vai deixar de ser (entrevista com ML).

Essa *sensibilidade* na compreensão das dinâmicas do poder de um modo geral – na política e nas carreiras do Estado, como a magistratura, mas principalmente do poder econômico e de seu ciclo – organiza em boa medida as estratégias de investimento dos colonistas. Entender que o jogo de reputações sofre oscilações e saber, portanto, para onde orientar maior atenção, quem sondar e contatar, identificar aqueles em ascensão, significa exercer o ofício com habilidade para se manter nas rodas certas, ter os bons nomes nas agendas e dispor de informações pertinentes, sobretudo os “furos”. Por outro lado, farejar os emergentes e possí-

19 Com respeito à constituição de importantes grupos familiares que se reproduziram ao longo do tempo em Sergipe, consultar Dantas (2004, 2009), Leandro (2011) e Petrarca (2020).

veis novas celebridades não deve implicar descuido das relações e das atenções dadas aos grupos mais tradicionais, aos antigos, às caras conhecidas, mesmo que já estejam em baixa, socialmente envelhecidos ou em declínio econômico. Como atesta em especial o trabalho de duas das colunistas de maior reputação, o ofício do colunismo requer domínio de um artesanato voltado ao acúmulo de contatos os mais variados e amplos possíveis. Os olhos colocados nas novidades “da sociedade” não devem descuidar do passado e das tendências mais duradouras.

Afirmar-se como colunista e conseguir manter-se na carreira requer, de fato, um conjunto de esforços que pouco tem a ver com visões mais glamourizadas sobre o ofício. Viver exclusivamente do colunismo, extraindo da atividade rendimentos suficientes para o padrão desejado, representa desafio adicional – especialmente num contexto como o aqui estudado. Se a remuneração média de jornalistas no Brasil não figura entre as mais atraentes²⁰ e a profissão vive transformações brutais há algum tempo²¹, retirar sustento apenas do colunismo oficial é exclusividade de poucos. E exige investimentos específicos, como se verá adiante.

As estratégias de monetização dos espaços em jornais e outros suportes midiáticos pelos colunistas consistem, via de regra, no anúncio de certos bens, serviços e mercadorias, em geral destinados às camadas superiores, mas não exclusivamente. Para os colunistas consagrados e de alta reputação, cuja assinatura em matérias, eventos, produtos e marcas tem impacto simbólico, a venda de espaços tanto de cobertura de notícias quanto de publicidade é fonte de recursos importantes²².

A relação evidente de interesse mútuo entre colunistas/meios de comunicação e grupos dominantes (estabelecidos ou em ascensão) ganha maior clareza em particular em certos produtos comercializados pelos primeiros. Nessa pesquisa identificamos duas formas de rentabilização principal promovidas por colunistas. A primeira e mais corrente delas é a comercialização ou venda de espaço para realização de matérias nos “cadernos”: sobre casamentos, inaugurações de obras, agências ou empresas, lançamento de marcas, vernissages variados e outras circunstâncias afins. Corresponderia a uma versão ampliada da pequena “nota paga”, notícia comprada cujo teor pode variar enormemente, de um batizado a

20 Não foram obtidas informações sobre os rendimentos dos colunistas estudados. Segundo dados de 2012, mais de 60% dos jornalistas brasileiros recebem até 5 salários mínimos. A elite salarial dos jornalistas é composta por 12,1% dos profissionais, que recebem entre 10 e 20 mínimos (9,2%) ou mais que isso (2,9%). Cf. Mick; Lima (2013).

21 Sobre essas transformações, consultar Travancas (1993), Abreu (2002), Bergamo (2011, 2014) e Mick; Lima (2013).

22 Indicamos valores atuais para publicação de conteúdo publicitário no caderno de domingo da principal colunista de Sergipe: 01 página cor R\$ 2.750,00; 1/2 página cor R\$ 1.500,00; 1/4 página cor R\$ 850,00. Cf. tabela fornecida sob demanda.

uma traição conjugal ou política, de uma formatura a uma viagem, de uma virtual candidatura na política à instalação de uma empresa na cidade.

A segunda forma, por sua vez, consiste em investimentos de maior alcance e é revelador do prestígio e do capital de relações angariados pelo colunista. Trata-se de eventos menos frequentes e específicos voltados à visibilização de empresas e marcas. O exemplo mais contundente desse tipo de atividade em Aracaju ocorre há mais de 20 anos, organizado pela colunista mais celebrada da cidade. O evento é denominado Agenda Social e Empresarial e marca o lançamento de publicação com conjunto variado de “realizações” e “obras”, boa parte delas realizadas pela prefeitura de Aracaju ou pelo governo estadual.

Nas palavras do então prefeito da cidade e futuro governador sobre uma das edições, alguns anos atrás:

Tudo o que a gente faz com amor e competência dá certo. A agenda de X já se transformou não apenas na bíblia da sociedade, mas num instrumento de trabalho indispensável para quem quer estar presente nas relações sociais e de mercado” (...). X é hoje uma marca que conquistou a admiração e o respeito da sociedade sergipana.

Espaço central para promover novos nomes no que a colunista chama de *sociedade*, em uma de suas edições a publicação chegou a contar com mais de 200 empresas e profissionais liberais como médicos, advogados e arquitetos. Personalidades políticas como governadores, deputados e prefeitos são personagens indispensáveis e em muitas declarações definem o evento como um dos “principais para quem quer fazer negócio em Sergipe”. Não sabemos os valores negociados pela colunista, mas a transformação do produto em um portfólio de negócios e, portanto, a importância da venda de espaços a anunciantes na publicação anual, são por ela lembrados em declarações na imprensa:

Antes era um livro da sociedade. Hoje é uma agenda empresarial e social que conta com um retorno para os anunciantes. A cada ano, cresce o número de parceiros, empresas e serviços (2008).

Além dos anunciantes, é preciso lembrar que esse sucesso é fruto de um trabalho árduo diário. Nesta edição, obtivemos o maior número de anunciantes (2008). (...) não tinha idade para ser meu pai, mas agia como tal. Ensinou-me no colunismo a me fazer respeitar, a ganhar dinheiro valorizando o meu espaço fazendo a parte publicitária do Caderno X. Aprendi a correr atrás, a criar cadernos especiais

para faturar além do salário de jornalista e, graças ao seu apoio e incentivo, fui vencendo sempre, crescendo a cada ano com muito suor e dedicação, e bastante consciente do mundo em que vivo. Eu conquistei o meu espaço. Ele dizia que *glamour* e *spotlights* fazem apenas parte do cenário em que sou personagem, e queiram ou não, fundamentais (depoimento de BT em homenagem ao amigo e ex-patrão 15 anos após sua morte).

Essa posição privilegiada de mediação entre diferentes grupos da elite, em condições de negociar a gestão de imagens e representações em troca de dinheiro, apoio e prestígio, tornando-se espécie de personalidade obrigatória e de nome sempre lembrado “por todos”, indica um tipo de êxito raro na configuração estudada. Longe de constituir a regra, esse caso em que a colunista é também celebridade deve ser visto como resultado de condições sociais peculiares e de investimentos profissionais (e outros) bastante intensos. Considerando o tamanho reduzido do espaço social de Aracaju e suas particularidades assinaladas, podemos dizer que a posição de poder dessa única colunista – ainda muito ativa e desfrutando de alto grau de prestígio – implica uma situação difícil para os demais profissionais dedicados à “alta sociedade”, em especial para aqueles que pretendem viver exclusivamente do colunismo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Gênero de reputação contestada na hierarquia do jornalismo, ironicamente o colunismo social ocupa-se de notícias sobre o mundo dos homens e mulheres em posições privilegiadas na hierarquia social. E talvez mais do que a outros jornalistas, cobra daqueles que procuram se especializar em ser radar e espelho dos dominantes requisitos que não estão ao alcance de qualquer um na profissão. A própria cor da pele e outras características físicas consideradas dominadas podem ser obstáculo custoso ao exercício do colunismo. Da mesma forma, um *background* social e cultural modesto, portanto, uma maior distância do universo da alta sociedade e dos famosos, significa a necessidade de dispor de outros recursos que compensem os atributos exigidos do profissional para uma aproximação e inserção no meio dos colunáveis e sua eventual aceitação como retratista e confidente confiável das elites.

Como detectado na configuração estudada, as chances de sucesso na aproximação e entrada no universo dos dominantes pelos colunistas sociais em Aracaju mostram relação direta com condições de mobilização de redes de relações pessoais. Tanto o ingresso no ofício, combinado com uma alocação precoce em jornais de maior prestígio, quanto o acesso a indivíduos e grupos em posições dominantes

mostraram depender de conexões com indivíduos poderosos, sobretudo proprietários de meios de comunicação e políticos. O peso dos vínculos de base familiar e aqueles acumulados pelos colunistas ao longo de seus trajetos – em espaços de sociabilidade como escolas e clubes – com indivíduos de posição privilegiada, parte deles membros de grupos familiares tradicionais, é notório no processo de afirmação dos profissionais estudados. Os dois casos de maior êxito no exercício do colunismo em Aracaju não deixam dúvidas a respeito.

A análise também revelou como as qualidades apontadas como fundamentais para o exercício do colunismo – comunicação e interação, reprodução de hábitos das elites e *feeling* – guardam relação estreita com certos condicionantes sociais e culturais (portanto, certas disposições) mais afins a frações sociais intermediárias e superiores. Isto é, estão ligadas a condições de socialização e acesso a determinados bens culturais, a exposição a valores e estilos, a certo trânsito no espaço físico e social, assim como a interações com elementos do universo dos dominantes. E isso também é perceptível na disposição ou disponibilidade desses indivíduos para investirem na aquisição de bens materiais e simbólicos daqueles grupos sociais.

O espaço social pouco diversificado das elites em Sergipe se reflete em um espaço também reduzido para o exercício do colunismo. Como indicado, além de certas habilidades incontornáveis ao ofício, viver dessa atividade requer investimentos pessoais e profissionais intensos. As chances de afirmação no colunismo e a conquista de uma reputação que faça do jornalista presença desejada nas “boas agendas”, nos círculos e eventos aparecem, de fato, como muito desafiadoras em contextos como o examinado nessa pesquisa.

Diante das transformações da imprensa e do jornalismo, em especial a mudança dos suportes de comunicação para meios virtuais, a ascensão brutal das redes sociais e de novos atores concorrenciais, como os *digital influencers*, é possível especular que o colunismo tende a enfrentar desafios crescentes – de resto, comuns a todo o jornalismo: de um lado, a redução expressiva do consumo de jornais, suporte clássico das colunas sociais (que têm migrado para site e blogues na Internet), com diminuição dos montantes de publicidade e de retribuição financeira; por outro, uma vez que as tecnologias permitem que cada indivíduo gerencie sua imagem e a circule instantaneamente por diferentes meios com dispositivos próprios, a mediação realizada pelo colunista perderia parte de sua centralidade.

Não se poderia desconsiderar, no entanto, que os processos atuais de reconfiguração das formas de consumo, de apresentação de si e de gestão da imagem social – que atravessam diferentes camadas sociais – gerem efeitos de distinção que exijam uma reinvenção e eventual valorização do ofício de colunista (ou de

alguns poucos) ou de um especialista equivalente versado em novos suportes e linguagens. Talvez justamente os serviços diferenciados e exclusivos que apenas alguns profissionais poderão oferecer sejam o atrativo que garanta a reprodução do ofício de consagrar os privilegiados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABREU, Alzira Alves de. *A modernização da imprensa (1970-2000)*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.
- BANCO DO NORDESTE. *Informações Socioeconômicas municipais. Aracaju*. 2019. Disponível em: <https://www.bnb.gov.br/documents/80223/3022587/Aracaju-SE-2019.pdf/f51335dc-569c-0c20-1d9b-69de888c54a2> Acesso em: 20 de outubro de 2020.
- BERGAMO, Alexandre. “A escrita do presente: mudanças no status cultural do jornalismo”. In: MICELI, Sergio; PONTES, Heloisa. (Orgs.). *Cultura e sociedade: Brasil e Argentina*. São Paulo: Edusp, 2014, p. 211-239.
- BERGAMO, Alexandre. Reportagem, memória e história no jornalismo brasileiro. *Mana*, v. 17, p. 233-269, 2011.
- BORN, Ani M. H. As Representações das elites na mídia de colonismo social em Porto Alegre: um estudo de caso sobre o Programa Sociedade com Odalgir Lazzari. Tese de Doutorado. Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação. Universidade do Vale do Rio dos Sinos. São Leopoldo, 2011.
- BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2008.
- BOURDIEU, Pierre. *O senso prático*. Petrópolis: Vozes, 2009.
- CHARTIER, Roger. *História cultural: entre práticas e representações*, 2ª. edição, Lisboa, DIFEL, 1990.
- COUTINHO, Iluska. Colunas jornalísticas de notas: representação na imprensa. In: MOTTA, Luiz Gonzaga. (Org.). *Imprensa e poder*. Brasília: Editora da Universidade de Brasília; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 2002.
- DANTAS, Ibarê. *História de Sergipe república, 1889-2000*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2004.
- DANTAS, Ibarê. *Leandro Ribeiro de Siqueira Maciel: o patriarca do Serra Negra e a política oitocentista em Sergipe, 1825-1909*. Aracaju: Criação, 2009.
- FARIAS, Márcia. *Eduardo Conill: do luxo à simplicidade*. 2011. Disponível em: <https://www.coletiva.net/perfil/eduardo-conill-do-luxo-a-simplicidade,153392.jhtml>. Acesso em 05 de novembro de 2020.
- FERNANDES, Dmitri C.; PULICI, Carolina M. Gosto musical e pertencimento social: o caso do samba e do choro no Rio de Janeiro e em São Paulo. *Tempo Social*, v. 28, p. 131-159, 2016.

- GALDINO, Tarcineide M. Espaço público e sociabilidades impressas: o estilo cotidiano nas colunas sociais. Dissertação de Mestrado em Comunicação. Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa, 2013.
- GRILL, Igor G.; REIS, Eliana T. dos (Orgs.). *Estudos sobre elites políticas e culturais*. Volume 3. São Luís: EDUFMA, 2020.
- HIRAOKA, Ricky. *A festa sem fim dos colonistas sociais*. Link disponível em: <https://vejasp.abril.com.br/cidades/a-festa-sem-fim-dos-colonistas-sociais>, 2012. Consulta em 14 de junho de 2020.
- IBGE. *Diretoria de Pesquisas - DPE - Coordenação de População e Indicadores Sociais - COPIS*. Rio de Janeiro: IBGE, 2020. Disponível em: <https://ibge.gov.br>. Acesso em: 25 de junho de 2020.
- IBGE. *Cidades@*. Rio de Janeiro: IBGE, 2020. Disponível em: cidades.ibge.gov.br. Acesso em: 20 de outubro de 2020.
- LEANDRO, Hélio Wilson Santos. “De varejo eles entendem”: grupos familiares e atuação no espaço de supermercados. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-graduação em Sociologia. Universidade Federal de Sergipe, 2014.
- LIMA, Diana N. “Ethos ‘emergente’: as pessoas, as palavras e as coisas”. *Horizontes Antropológicos*, ano 13, n. 28, p. 175-202, jul./dez. 2007
- LIMA, Diana N. “Ethos ‘emergente’: notas etnográficas sobre o ‘sucesso’”. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, vol. 22, n. 65, 2007.
- LIMA, Diana N. “Nova sociedade emergente: consumidores de produtos ou produção discursiva?” *Cadernos de Campo*, n. 12, p. 11-24, 2004.
- LIMA SILVA, Joana B. de. Colonistas e colunáveis: trocas, interesses e capitais – ou, das razões de viver na Corte. *CSONline – Revista Eletrônica de Ciências Sociais*, Juiz de Fora, n. 23, p. 89-99, 2017.
- LIMA SILVA, Joana B. de. Hierarquias simbólicas e marcadores distintivos: um estudo exploratório da sociedade juiz-forana. Tese de Doutorado em Sociologia. Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais. Universidade Federal de Juiz de Fora. Minas Gerais, 2015.
- LOBO, Rodrigo Gomes. Processos de socialização em jornalismo: adestrando “focas” e treinando trainees. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-graduação em Antropologia Social. Universidade Estadual de São Paulo. São Paulo, 2010.
- MARIA, Maurício de F. A. Crônicas da alta sociedade: discursos, representações e cotidiano nas colunas sociais do jornal Folha do Oeste (Guarapuava, PR, 1959-1964). Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-graduação em História. Faculdade de Ciências e Letras de Assis. UNESP, Araraquara, 2011.

- MARIA, Maurício de F. A. Das *gossip columns* às novas colunas sociais brasileiras: política e modernização da imprensa brasileira nas décadas de 1950 e 1960. *Histórica*, São Paulo, n.º. 33, p. 1- n.º. 3-13, 2008.
- MARIA, Maurício de F. A.; TEMBIL, Márcia T. “História cultural e elites locais”. In: SOCHODOLAK, Helio; CAMPIGOTO, José A. *Estudos em história cultura na região Sul do Paraná*. Guarapuava: Unicentro, 2008.
- MICK, Jacques; LIMA, Samuel. *Perfil do jornalista brasileiro: características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012*. Florianópolis: Insular, 2013.
- MILLS, Charles Wright. *A elite do poder*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.
- MORAES, Geneton. Jacinto de Thormes: o dia em que o criador do moderno colonialismo social enganou a rainha da Inglaterra no maracanã! *Geneton.com.br*, 2001. <http://www.geneton.com.br/archives/000030.html>. Consultado em 25 de junho de 2020.
- NEVEU, Erik. *Sociologie du journalisme*. Paris: La Découverte, 2001.
- PAIVA, Raquel; SODRÉ, Muniz. *Cidade dos artistas: cartografia da televisão e da fama no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.
- PENEFF, Jean. Les grandes tendances de l’usage des biographies dans la sociologie française. *Politix*, n.27, Paris, p.25-31, 1994.
- PEREIRA, Simone de A. Enobrecimento urbano: práticas e consumo no calçadão Treze de Julho. Trabalho de Conclusão de Curso. Graduação em Ciências Sociais. Universidade Federal de Sergipe. São Cristóvão, 2009.
- PERISSINOTTO, Renato; CODATO, Adriano. (Orgs.). *Como estudar elites*. Curitiba: Editora UFPR, 2015.
- PETRARCA, Fernanda Rios. Elites jornalísticas, recursos políticos e atuação profissional no Rio Grande do Sul. *TOMO*, n.13, 2008.
- PETRARCA, Fernanda Rios. Composição social, critérios de seleção e lógicas de recrutamento da elite médica em Sergipe. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 35, p. 1-21, 2020.
- PETRARCA, Fernanda Rios; OLIVEIRA, Wilson J. F. de. “Os estudos de elite no Brasil: um ensaio crítico sobre a produção recente”. In: GRILL, Igor G.; REIS, Eliana Tavares dos. (Orgs.). *Estudos sobre elites políticas culturais: reflexões e aplicações não canônicas*. São Luís: EDUFMA, v. 2, 2016, p. 141-165.
- PINÇON, Michel; PINÇON-CHARLOT, Monique. *La violence des riches: chronique d’une immense casse sociale*. Paris: La Découverte, 2013.
- PINÇON, Michel; PINÇON-CHARLOT, Monique. *Voyage en grande bourgeoisie: journal d’enquête*. Paris: Presses Universitaires de France, 1997.
- PROST, Antoine. Social e cultural indissociavelmente. In: RIOUX, Jean-Pierre; SIRINELLI, Jean-François. *Para uma história cultural*. Lisboa: Estampa, p. 123-137, 1998.

- PUDAL, B. Du biographique entre 'sciences' et 'fiction'. Quelques remarques programmatiques. *Politix*, n.27, p.5-24, 1994.
- PULICI, Carolina M. Exclusividade ou primazia das práticas mais raras: os deslocamentos multiterritoriais na socialização das classes superiores paulistas. *Plural*, v. 21, p. 47-76, 2014.
- PULICI, Carolina M. Les bonnes manières d'habiter: la presse d'architecture et de décoration entre hiérarchies du marché et autorité culturelle. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, v. 231, p. 86-105, 2020.
- PULICI, Carolina M. O gosto dominante como gosto tradicional: preferências e aversões estéticas das classes altas de São Paulo. *Novos Estudos CEBRAP*, v. 91, p. 123-139, 2011.
- PULICI, Carolina M. Prédios "neoclássicos" no espaço residencial das elites de São Paulo. *Estudos Avançados*, v. 29, p. 237-261, 2015.
- RABELO, Josevânia N. Sociabilidade e enobrecimento: o bairro Treze de Julho em Aracaju. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-graduação em Sociologia. Universidade Federal de Sergipe, 2010.
- REIS, Eliana T. dos; GRILL, Igor G. (Orgs.). *Estudos sobre elites políticas e culturais*. Volume 1. São Luís: EDUFMA, 2014.
- REIS, Eliana T. dos; GRILL, Igor G. (Orgs.). *Estudos sobre elites políticas e culturais: Reflexões e aplicações não canônicas*. Volume 2. São Luís: EDUFMA, 2016.
- SANT'ANA, Gustavo L. *A evolução do colonismo social: do grand monde à celebridade instantânea*. Trabalho de conclusão de curso. Graduação em Comunicação Social. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2014.
- SEIDL, Ernesto. "Estudar os poderosos: a sociologia do poder e das elites". In: SEIDL, Ernesto; GRILL, Igor G. (Orgs.). *As Ciências Sociais e os espaços da política no Brasil*. Rio de Janeiro: FGV, 2013, p. 179-226.
- SOUZA, Alysson C. R. Cidade e enobrecimento: o Bairro Jardins em Aracaju. Trabalho de Conclusão de Curso. Graduação em Ciências Sociais. Universidade Federal de Sergipe. São Cristóvão, 2004.
- SOUZA, Rogério M. Colunas de notas e a lógica midiática do entretenimento. *Estudos em Jornalismo e Mídia* (UFSC), ano V, n. 1, p. 49-62, 2008.
- SOUZA, Rogério M. Dos canapés à política: a reinvenção permanente do colonismo como gênero jornalístico. Tese em Comunicação e Cultura, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2009.
- TRAVANCAS, Isabel Siqueira. A coluna de Ibrahim Sued: um gênero jornalístico. *InterCom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, São Paulo, v. XXIV, p. 109-122, 2001.
- TRAVANCAS, Isabel Siqueira. *O mundo dos jornalistas*. São Paulo: Summus, 1993.

Recebido: 15/05/2020 | **Aprovado:** 09/11/2020