

pessoas de destaque na comunidade. Divulga confidências, indiscrições, faz elogios, impõe sanções comportamentais. Inicialmente voltado para o *high society*, esse tipo de coluna subdivide-se depois por ramos de atividades: cinema, teatro, música, esportes, economia; d) Coluna sobre os bastidores da política — variante da coluna de mexericos, mas sem adotar a sua «tagarelice», situa o leitor no mundo do poder, mostrando-o na sua intimidade.

Além desses tipos, Fraser Bond faz referência a outros: coluna editorial assinada (que no Brasil chamamos de comentário), coluna de versos (aquí não praticada) e coluna dos leitores (que, no nosso entender, é um gênero jornalístico autônomo, marcado pela feição epistolar).

Do ponto de vista estrutural, a coluna é um complexo de mini-informações. Fatos relatados com muita brevidade. Comentários rápidos sobre situações emergentes. Pontos de vista apreendidos de personalidades do mundo noticioso. Trata-se de uma colcha de retalhos, com unidades informativas e opinativas que se articulam. São pílulas, flashes, dicas.

Aparentemente a coluna tem caráter informativo, registrando apenas o que está ocorrendo na sociedade. Mas, na prática, é uma seção que emite juízos de valor, com sutileza ou de modo ostensivo. O próprio ato de selecionar os fatos e os personagens a merecerem registro já revela o seu caráter opinativo.

A coluna tem fisionomia levemente persuasiva. Não se limita a emitir uma simples opinião. Vai mais longe: conduz os que formam a opinião pública, veiculando versões dos fatos que lhes darão contorno definitivo.

Por isso existe uma íntima ligação, para não dizer dependência, da coluna com os serviços de relações públicas. Como os profissionais de relações públicas visam projetar a imagem dos seus clientes (empresas/políticos/artistas/marcas/produtos etc.), é compreensível que procurem se valer das colunas para criar *evidência*. Quanto mais vezes um nome é registrado nas colunas, repetido, mais legitimação social ele adquire.<sup>76</sup>

Essa utilização da coluna pelas relações públicas, resultado de um pacto não explícito entre o colunista e suas fontes de informação, fundamenta-se naquele princípio enunciado por Lazarsfeld e Merton — o de que os meios de comunicação, particularmente a imprensa, conferem *status*.<sup>77</sup> Aparecer em letra de forma significa ganhar projeção pública e obter simpatia.

O colunismo funciona psicologicamente como câmara de eco dos rumores que circulam na sociedade. Não é sem razão que o *slogan* de um dos maiores colunistas brasileiros é o seguinte: «em sociedade tudo se sabe».<sup>78</sup>

Gilberto Freyre identifica no colunismo o cultivo de traços brasileiros — a vaidade e a frivolidade.<sup>79</sup>

*Sou dos que vêm na crônica social um registro de fatos ou de ocorrências que constituem expressão de convívio humano numa de suas formas mais sutilmente significativas dentro de um contexto da vida brasileira que, já sendo pós-burguês numas coisas, noutras continua burguês. Pode esse registro ser, por vezes, uma carícia à vaidade de convivas de todo frívolos. Mas quem nega ser próprio do ser humano, burguês ou pós-burguês, o pecado da vaidade? Nunca vi tantas medalhas a enfeitarem peitos de homens como nos generais russo-soviéticos que tenho conhecido. Quem não sofre da vaidade, ainda burguesa, de ter noticiado, no Brasil de hoje, em jornal, o batizado de um filho ou o noivado de uma filha ou um jantar oferecido a um amigo? São fatos que constituem um burguesíssimo ramerrame, é certo. Mas esse ramerrame parte da história, da vida, do convívio de uma comunidade do feitio da brasileira dos nossos dias, tanto quanto dos dias de nossos pais e de nossos avós.*

Como explicar essa sobrevivência do colunismo na imprensa brasileira? Alimentar a vaidade das pessoas noticiadas — colunáveis — não é argumento suficiente. Existem outras razões que, na nossa maneira de ver, fazem parte dos mecanismos de reprodução social e de controle político na sociedade burguesa. Vamos enumerá-las:

1) O colunismo atende a uma necessidade de satisfação substitutiva existente no público leitor. Já que a maioria das pessoas está excluída do reduzido círculo dos colunáveis (poder/estrelato), dá-se-lhe a sensação de participar desse mundo, através dos colunistas. Trata-se de uma forma de participação artificial, abstrata. Participam sem fazer parte. Acompanhar à distância.

2) O colunismo tem a função de «balão de ensaio». Insinua fatos, lança idéias, sugere situações, com a finalidade de avaliar as repercussões. Isso se chama, em linguagem jornalística, «plantar notícia». Da reação do público, estimulada por essas informações sutis, depende muitas vezes a tomada de decisões empresariais, políticas. Passado o impacto, refeito do susto, o público as aceita com tranqüilidade. Ou se as rejeita, fortemente, é o caso de adiá-los, transferi-los para ocasião mais oportuna.

3) Alimentando a vaidade das pessoas importantes (do mundo da arte, do espetáculo e da política), o colunismo oferece ao mesmo tempo «modelos» de comportamento. Estimula o modismo, incrementa o consumo, alimenta a esperança dos que pretendem ingressar no «paraíso burguês».

O colunismo nutre-se de um fenômeno social que Edgar Morin chama de «olimpismo moderno».<sup>80</sup> É o traço da cultura de massa que